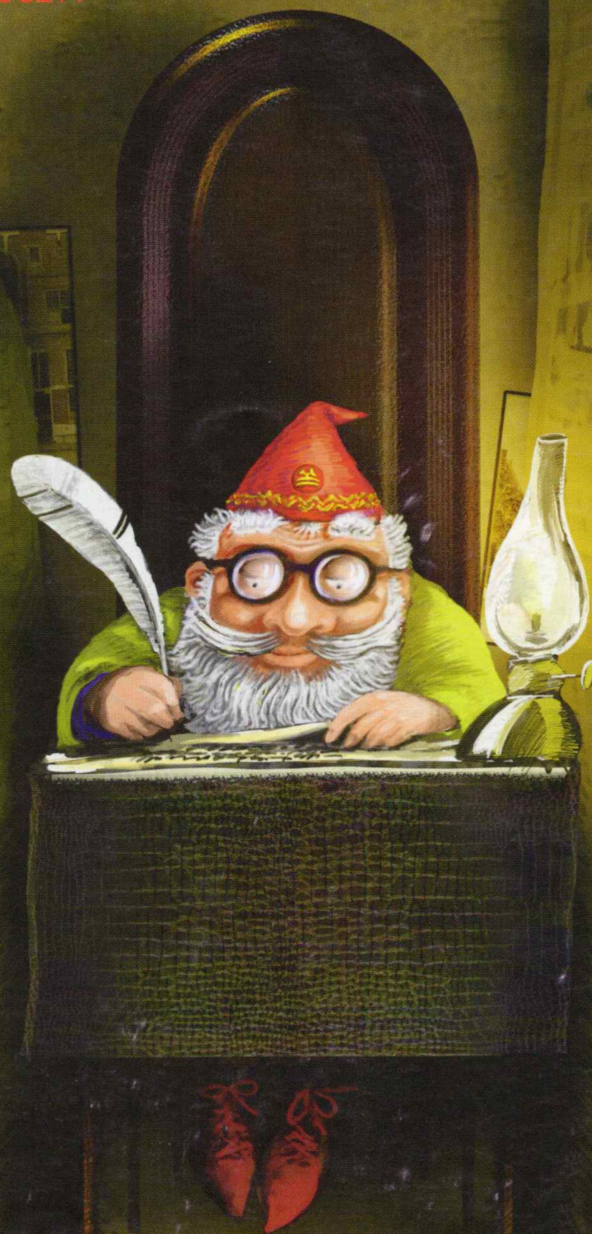
PROFIL

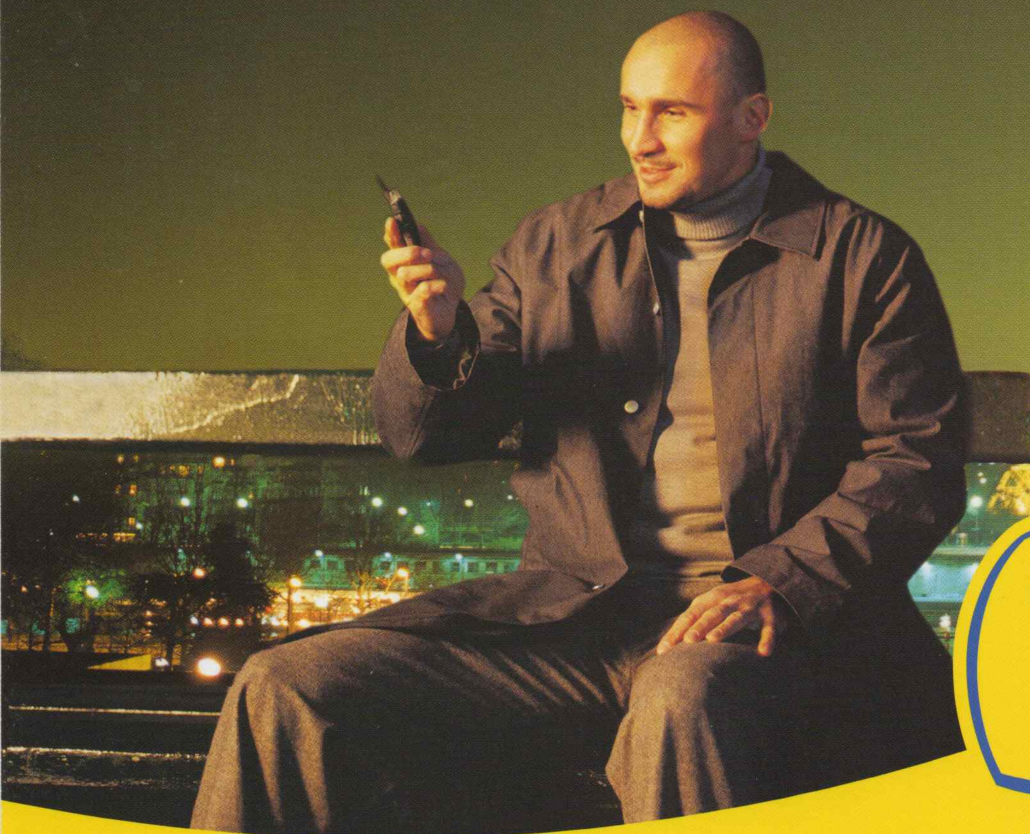
nr 2 (105) luty 2002
ISSN 1427-8995

„Dźwiękówka" – nowa usługa w sieci Idea
Czytajmy swoim dzieciom
Komunikator zamiast poczty



IDEA
Ciągle nowe pomysły

roaming sms





Teraz w POPie możesz wysyłać i odbierać SMSy także za granicą. Inne telefony bez abonamentu tego nie potrafią.

IDEA

łączy z ludźmi

(w Europie)

www.idea.pl infolinia: 0 801 234567
koszt połączenia: 1 jednostka taryfikacyjna wg cennika TP S.A.

Eclairage de la Tour Eiffel – Copyright Société Nouvelle d'Exploitation de la Tour Eiffel – Conception Pierre Bideau

Szanowni Państwo,

W lutowym numerze „Profil-u", zapraszamy Uczestników programu Profit do skorzystania z dwóch promocji: „Walentynki całe w kwiatach" i „Walentynkowe długie rozmawianie". Również dla Użytkowników POP przygotowano specjalną usługę z okazji Walentynek – „Serwus komórkowy".

Ponadto, w dziale „Idea Mobile" znajdą Państwo szereg artykułów na temat usług dodanych: „Idea.czat" oraz „Nowy serwis internetowy sieci Idea". Szeroko omawiamy nową, wykorzystującą połączenia głosowe SMS i Internet, usługę – „Dźwiękówka" oraz prezentujemy, nieco odmienioną, strukturę portalu WAP.Idea.pl.

Literatura dla dzieci i młodzieży jest lutowym „Tematem miesiąca". O korzyściach płynących z kontaktu z dobrą książką, przekonuje nas autorka artykułu „Twarzowy ekslibris". Natomiast o tym, jak faktycznie wygląda sytuacja czytelnictwa w polskich domach, dowiedzieć się można z tekstu „Cała Polska czyta dzieciom?".

A w „Idea w sieci", kartka po kartce, odkrywamy sekrety dzienników internetowych („Zapiski na stronach www"). Opisujemy także nową technologię – instant messaging, która, według specjalistów, ma szansę zdobyć większą popularność od poczty elektronicznej („Komunikator zamiast poczty").

W „Idea po godzinach" znajdą Państwo comiesięczną porcję recenzji muzycznych, filmowych i wydawniczych. Zapraszamy także do odwiedzenia jednej z najbardziej oryginalnych metropolii Europy – Moskwy.

Życzymy miłej lektury,

Redakcja

Wydawca: Polska Telefonia Komórkowa Centertel sp. z o.o.

Redakcja: Pion Marketingu PTK Centertel

Redaktor Naczelny: Iwona Zabielska

Redakcja: Agnieszka Guzek

Współpraca: Małgorzata Węgrzecka

Korekta: Irena Szewczyk

Projekt okładki: Piotr Lichwierowicz

Opracowanie graficzne: Anna Paszkowska

Adres Redakcji: ul. Skierniewicka 10a 01-230 Warszawa

tel. (0-22) 656 14 44 w. 20 84

faks (0-22) 656 14 44

Druk: Prasowe Zakłady Graficzne, Bydgoszcz

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.



program Idea Profit

6 Walentynkowe długie rozmawianie

7 Walentynki całe w kwiatach



mobile

8 Nowy serwis internetowy sieci Idea

9 WAP.IDEA.PL
– Nowa struktura portalu

11 Idea.czat

12 Nowe aparaty w Idei

14 Jeszcze lepsza POP-owa poczta głosowa

15 Serwus komórkowy – nowa usługa w POP-ie

17 Quiz SMS-owy
– Czy wiesz wszystko o POP?

18 „Dźwiękówka”
– Nowa usługa wykorzystująca połączenia głosowe SMS i Internet

20 Serwis Olimpijski w sieci Idea

20 Nowe roamingi w Idei – Rosja

21 Na narty z Globtelem
– Przedstawiamy Grupę Kapitałową Orange

22 Przyszłość już się rozpoczęła
– Wywiad ze Sławomirem Skrodzkim, nowym Prezesem PTK Centertel

temat miesiąca
CZYTAJMY SWOIM DZIECIOM

24 Twarzowy ekslibris

28 Cała Polska czyta dzieciom?



■ MINI INFORMATOR ■

Informacja handlowa: 0-801 234567
– koszt połączenia: 0,35 zł brutto niezależnie od czasu trwania rozmowy

Informacja handlowa Meritum: 0-801 100 501
– połączenie dostępne w sieci stacjonarnej

Biuro Obsługi Klienta: *22
– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika
501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika
(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne
+48 22 634 28 82 lub **+48 501 100 100**
– numery dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Klienta dla Abonentów Meritum: *525
– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
502 000 525 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
+48 502 000 525 – numer dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Programu Idea Profit:
***300** – połączenie z telefonu w sieci Idea lub NMT
+48 501 400 300 – połączenie z dowolnego telefonu

Informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych: *123
– połączenie tylko z telefonu komórkowego
501 200 123, 90 200 123 – połączenie z dowolnego telefonu

PTK Centertel w Internecie:

www.idea.pl
– strona domowa sieci Idea
- oferta Idea Optima, Meritum i POP,
- promocje, usługi dodane, taryfy, telefony, roaming
- interaktywna mapa zasięgu
- sklep internetowy (sprzedaż aktywacji, aparatów, usługi POP)
- bramka SMS
- informacje o firmie



www.centertel.pl
– strona poświęcona analogowej sieci Centertel NMT (odnośnik do strony www.idea.pl pozwala korzystać m.in. z mapy zasięgu)

w sieci

32 Cyfrowa biblioteka

33 Zapiski na stronach WWW

34 Komunikator zamiast poczty



idea kulturalna

36 Co nowego w kinach i na DVD

37 Nowości płytowe

38 Nowości książkowe

po godzinach

39 Od słowa do słowa
– felieton

40 Moskiewski sen o potędze

42 Szwedzki stół
– kuchnia szwedzka





■ MINI INFORMATOR ■

Głosowo-faksowe serwisy informacyjne

Serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea
501 234 234, 90 234 234
- telefony (*15)
- usługi dodane (*115)
- ceny i promocje (*120)
- roaming międzynarodowy (*125)
- usługa POP (*130)

Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim
501 213 213, 90 213 213
(internet: **www.prorexim.com.pl**)
- kursy walutowe (*15)
- oprocentowanie depozytów bankowych (*110)
- oprocentowanie kredytów bankowych (*115)
- serwis giełdowy (*125)

Serwis internetowy: 501 70 70 70
Internet w sieciach NMT i Idea

Serwis informacyjny o SMS
501 277 277
- krótkie wiadomości SMS w sieci Idea (*110)
- wysyłanie SMS-ów (*120)
- odbieranie SMS-ów (*130)
- dlaczego warto czytać SMS-y (*140)
- serwisy informacyjne oparte o funkcje SMS (*150)
- pakiet serwisów PAP (*151)
- serwis „Kursy walut Pekao S.A." (*152)
- serwis „Lotto-SMS" (*153),
- wysyłanie SMS-ów do Internetu (*160)
- usługi Internet-SMS i Idea-Email (*170)
- opłaty (*180)

Horoskop Agnieszki
501 200 175, 90 200 175
Baran (*11)
Byk (*12),
Bliźnięta (*13)
Rak (*14)
Lew (*15)
Panna (*16)
Waga (*17),
Skorpion (*18)
Strzelec (*19)
Koziorożec (*110)
Wodnik (*111)
Ryby (*112)

Dostęp do Internetu
***888** lub **501 80 80 80**
w roamingu +48 501 80 80 80

CENTRUM IDEA



Warszawa, Pl. Konstytucji 6
tel. 628 84 52,
faks salon 628 84 54, faks BOP 628 84 53
e-mail: idea.centrum@centertel.pl

Łódź, Al. Piłsudskiego 3
tel. 639 60 60,
faks salon 639 60 00, faks BOP 639 60 10
e-mail: ideaCentrumLodz@centertel.pl

Salony sprzedaży



WARSZAWA
ul. Pańska **57/61**, tel. 656 15 54, faks 656 15 06;
Al. Niepodległości **24/30**, tel. 656 15 54, 853 34 10/15, 0-501 00 505, faks 853 34 20;
ul. Okrzei **34**, tel. 670 07 25, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, faks 670 23 60.

BYDGOSZCZ
ul. Gdańska **67**, tel. 321 12 12, 321 24 33, faks 321 29 67.

GDAŃSK
ul. Tkacka **9/10**, tel. 301 00 21, 301 14 14, faks 301 51 13.

GDYNIA
ul. 10-lutego **7**, tel. 620 22 22, faks 620 21 21.

LUBLIN
ul. Chopina **11**, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.

ŁÓDŹ
ul. Piotrkowska **232**, tel. 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – przedstawiciele handlowi, 60 lub 61 – serwis, 94 – faks.

KATOWICE
ul. Graniczna **29**, tel. 256 40 18, 256 40 34, faks 256 15 49.

KRAKÓW
ul. Piłsudskiego **22**, tel. 421 65 76, faks 421 64 88;
ul. Starowiślna **62**, tel. 422 29 59, faks 422 26 83.

OLSZTYN
ul. Dąbrowszczaków **8/9**, tel. 535 05 04, faks 534 97 53.

POZNAŃ
ul. Wierzbięcice **9**, tel. 835 88 88, faks 833 79 80.

RZESZÓW
ul. Kopernika **12**, tel. 8 500 600, faks 8 500 620.

SOSNOWIEC
ul. 3-go Maja **30**, tel. 292 50 44, faks 292 50 33.

SZCZECIN
ul. Kaszubska **52**, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 103 – salon, 115 – serwis, 114 – przedstawiciele handlowi, 40 – faks.
ul. Bolesława Krzywoustego **65**, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 110 – faks.

TORUŃ
ul. Rynek Staromiejski **24**, tel. 621 10 90, faks 621 10 92.

WROCŁAW
ul. Odrzańska **25**, tel. 344 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – faks.
ul. Piłsudskiego **13**, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks.



Walentynkowe długie rozmawianie

W dniach od 4.02.2002 do 15.02.2002 r. skorzystaj z ofert MINUTY ZA PUNKTY, SMS-Y ZA PUNKTY, DOŁADUJ KONTO POP PUNKTAMI PROFIT z 15 % rabatem!

MINUTY ZA PUNKTY –15 %

Od **4.02.2002** do **15.02.2002 r.**, wymienisz punkty Profit na dodatkowe minuty **z 15 % rabatem**. Zasada skorzystania z oferty nie zmienia się. Aby wymienić punkty na minuty, wystarczy wysłać **SMS-a** z komendą **PAKIET 10 (20, 60, 120,180)** pod numer **300**. Minuty z zamówionego Pakietu można wykorzystać po wyczerpaniu limitu bezpłatnych minut, dostępnych w abonamencie oraz kapitału minut, pozostałego z poprzedniego okresu rozliczeniowego.
Niewykorzystane minuty z Pakietu Idea Profit przechodzą w ramach kapitału minut na następny miesiąc.

NAZWA PAKIETU / TREŚĆ SMS POD NR 300	LICZBA MINUT DOSTĘPNYCH W PAKIECIE IDEA PROFIT	WARTOŚĆ PAKIETU IDEA PROFIT W PUNKTACH PROFIT	RABAT	WARTOŚĆ PAKIETU IDEA PROFIT W PUNKTACH PROFIT W OFERCIE PROMOCYJNEJ
PAKIET 10	10	300	15%	255
PAKIET 20	20	500	15%	425
PAKIET 60	60	1400	15%	1190
PAKIET 120	120	2300	15%	1955
PAKIET 180	180	3000	15%	2550

Oferta dostępna dla Posiadaczy telefonu w ofercie Idea Optima, Nowa Idea Optima lub Idea Meritum, dostępnej w sieci Idea od 02.07.2001 r.

SMS-y ZA PUNKTY –15 %

Od **4.02.2002** do **15.02.2002 r.** możesz wymienić punkty na dodatkowe SMS-y **z 15 % rabatem**. Co należy zrobić? Wystarczy wysłać **SMS-a** z komendą **SMS 40 (80, 240)** pod numer **300**. Zamówiony Pakiet SMS można wykorzystać w bieżącym okresie rozliczeniowym. Niewykorzystane, w danym okresie rozliczeniowym, SMS-y z zamówionego Pakietu nie przechodzą na następny okres rozliczeniowy.

NAZWA PAKIETU / TREŚĆ SMS POD NR 300	LICZBA SMS-ów DOSTĘPNYCH W PAKIECIE	WARTOŚĆ PAKIETU W PUNKTACH PROFIT	RABAT	WARTOŚĆ PAKIETU W PUNKTACH PROFIT W OFERCIE PROMOCYJNEJ
SMS 40	40	300	15%	255
SMS 80	80	500	15%	425
SMS 240	240	1400	15%	1190

Oferta dostępna dla Posiadaczy telefonu w ofercie Idea Optima na warunkach dostępnych do 5.11.2001 r.

DOŁADUJ KONTO POP PUNKTAMI PROFIT –15 %

Od **4.02.2002** do **15.02.2002 r.** doładowania POP punktami Profit **tańsze o 15%!**

KOMENDA AKTYWACYJNA	WARTOŚĆ LIMITU CZASU POŁĄCZEŃ W PLN	WARTOŚĆ ZDRAPKI W PLN	WARTOŚĆ LIMITU CZASU POŁĄCZEŃ W PUNKTACH PROFIT	RABAT	WARTOŚĆ LIMITU CZASU POŁĄCZEŃ W PUNKTACH PROFIT W OFERCIE PROMOCYJNEJ
POP 20	20	20	400	15%	340
POP 50	50	50	800	15%	680
POP 100	120	100	1500	15%	1275

Oferta dostępna dla Posiadaczy telefonu w ofercie POP.

Walentynki całe w kwiatach



Zmień punkty w kwiaty. Do wyboru aż dwa rodzaje bukietów:

- **bukiet nr 1: 1500 punktów**
- **bukiet nr 2: 2500 punktów.**



Poczta Kwiatowa – INTERFLORA dostarczy Twój bukiet nawet w najbardziej odległe miejsce w Polsce!

Jak zamówić bukiet?

W dniach od **4.02 do 10.02.2002** wyślij **SMS** pod nr **400** z numerem wybranego przez siebie bukietu (**1** lub **2**) oraz **danymi osoby, której chcesz wysłać bukiet:**

- **imię i nazwisko,**
- **dokładny adres dostarczenia kwiatów,**
- **kod pocztowy,**
- **miejscowość,**
- **datę dostawy.**

Po numerze bukietu należy postawić średnik, dane osoby, której chcesz wysłać kwiaty trzeba oddzielić przecinkiem. Pamiętaj też o niestosowaniu w treści SMS-a polskich znaków, np.:
1; Maria Kowalska, ul. J. Kowalskiego 97/9, 02-222 Warszawa, 14.02.2002 godz. 17

Potwierdzenie przyjęcia zamówienia otrzymasz w formie SMS.



bukiet nr 1
za 1500 punktów

W treści SMS-a wpisz:

1; imię i nazwisko (osoby , której chcesz wysłać kwiaty), dokładny adres dostarczenia kwiatów, kod pocztowy, miejscowość, datę dostawy.

bukiet nr 2
za 2500 punktów

W treści SMS-a wpisz:

2; imię i nazwisko (osoby , której chcesz wysłać kwiaty), dokładny adres dostarczenia kwiatów, kod pocztowy, miejscowość, datę dostawy.



- Promocja dostępna jest dla wszystkich Uczestników programu Idea Profit
- Uczestnik programu Idea Profit może wymienić punkty na dowolną ilość bukietów, jednak tylko w przypadku, gdy na swoim koncie punktowym w programie posiada odpowiednią liczbę punktów. Na każdy zamówiony bukiet należy wysłać oddzielnego SMS-a.
- Nie ma możliwości łączenia punktów zgromadzonych na różnych kontach w Programie, w celu zgromadzenia odpowiedniej liczby punktów i skorzystania z promocji.
- Warunki promocji „WALENTYNKI CAŁE W KWIATACH" określa Regulamin, dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz w Internecie na stronie www.idea.pl



BE&W

Internet jest dziś najszybszym i najtańszym sposobem dotarcia do poszukiwanych informacji. Strony www służą nie tylko prezentacji firmy, ale pełnią ważną rolę w komunikacji między przedsiębiorstwem a klientem.

Nowy serwis internetowy sieci IDEA

JACEK PIETRUSZYŃSKI

Funkcjonalny serwis www powinien oferować szybki dostęp do aktualnych, kompletnych i użytecznych informacji. Strona www jest także wizytówką firmy i świadczy o jej trosce o aktualnych i potencjalnych klientów.



Budując nową stronę internetową Idei, kierowaliśmy się przede wszystkim dbałością o to, aby była ona dostosowana do potrzeb zarówno naszych stałych gości, jak i tych, którzy odwiedzają nas po raz pierwszy. Naszym celem było stworzenie serwisu logicznie skonstruowanego, przejrzystego i prostego w obsłudze (intuicyjna nawigacja).

Nowy serwis został stworzony w sposób, który gwarantuje szybkie otwieranie wszystkich stron www. W serwisie zamieściliśmy wiele istotnych informacji, np.: kompletną ofertę produktową, aktualne cenniki czy zasady promocji. Ponadto, z myślą o początkujących użytkownikach, wprowadziliśmy wiele ułatwień nawigacyjnych. Przygotowaliśmy również kilka dodatkowych narzędzi, które mogą okazać się pomocne przy szukaniu bardziej szczegółowych informacji lub podejmowaniu decyzji, jaki model telefonu będzie najbardziej odpowiedni.

Strona główna oraz strony POP Idea, Idea Optima, Idea Meritum, a także, tak lubiana przez naszych Abonentów, internetowa bramka SMS, utrzymane są w zupełnie nowej stylistyce i kolorystyce. Ze strony głównej, w bardzo prosty sposób, można dostać się w każde miejsce serwisu www. Również z opisem oferowanych usług oraz poszczególnymi cennikami można połączyć się wprost ze strony głównej. Dzięki umieszczeniu kluczowych narzędzi w stałych miejscach i w każdej sekcji serwisu, czas potrzebny na poznanie zasad korzystania ze strony został skrócony do minimum. Oprócz tego „Mapa strony", dostępna z każdej strony, umożliwia wgląd do wszystkich informacji – wystarczy tylko kliknąć myszką.

Mamy nadzieję, że przygotowane przez nas nowe rozwiązania ułatwią i uprzyjemnią Państwu wyszukiwanie potrzebnych danych. Zachęcamy do korzystania z tych innowacyjnych narzędzi. A są wśród nich:



– wyszukiwarka – umożliwia szybkie znalezienie informacji poprzez podanie słowa-klucza. Na stronie z wynikami będzie wyświetlać się jednocześnie po 10 odnalezionych pozycji. Istnieje możliwość zmiany liczby wyświetlanych pozycji (10, 25, 50).

– opcja „Drukuj informacje" – przygotowuje stronę tak, aby łatwo było ją wydrukować w odpowiednim formacie i bez zbędnych elementów graficznych. Na dole drukowanej strony automatycznie pojawi się informacja skąd pochodzi wydruk, dzięki czemu można szybko powrócić do jego źródła. Usługa dostępna jest na każdej stronie. Aby z niej skorzystać wystarczy kliknąć na małą ikonę drukarki, która znajduje się u dołu strony.

– katalog telefonów – baza zdjęć i informacji na temat dostępnych modeli aparatów komórkowych (rozmiarów, funkcji, akcesoriów). Przeglądając katalog, łatwo można wybrać model aparatu, który wyposażony jest w funkcje, jakimi są Państwo zainteresowani. Natomiast dzięki opcji „Porównaj telefony", można otrzymać porównanie wszystkich parametrów wybranych modeli aparatów. Różnice w konkretnych parametrach zostaną automatycznie wyróżnione. Koniec zatem kłopotów z podjęciem decyzji!

– biuletyn informacyjny z aktualnymi wiadomościami prasowymi sieci Idea – wystarczy podać nam adres e-mail, aby regularnie otrzymywać aktualne wiadomości.

– Poleć Znajomym – aplikacja ta umożliwia wysłanie bezpośrednio ze strony www informacji z rekomendacją danej strony na konto e-mail zaprzyjaźnionej osoby. Po kliknięciu na ikonę „Poleć znajomym" otwiera się nowe okno z prostym formularzem. Wystarczy go wypełnić, aby móc wysyłać wiadomości ze spersonalizowanym komentarzem.

Te i inne ciekawe możliwości czekają na Państwa na stronie www.idea.pl. Zapraszamy – odwiedźcie nas jak najszybciej i zostańcie naszymi stałymi gośćmi.

Od grudnia 2001 r. portal WAP.IDEA.PL ma nową, bardziej ergonomiczną i przejrzystą strukturę. Nowa struktura została zaplanowana w taki sposób, aby ułatwić użytkownikom sprawne poruszanie się po stronach serwisu.

Nowa struktura portalu WAP.IDEA.PL

MARCIN KRZEMIŃSKI

Na każdej stronie serwisu można znaleźć opcje „Poziom Wyżej" oraz „Strona Domowa". Opcja „Poziom Wyżej" nie działa jak tradycyjne „Wstecz" w przeglądarkach internetowych, które wyświetlają ostatnią zapamiętaną stronę. Korzystając z opcji „Poziom Wyżej", można w logicznym ciągu powracać do wyższego poziomu. Natomiast opcja „Strona domowa" pozwala na powrót do strony głównej portalu wap.idea.pl z każdego miejsca serwisu.

Pierwszą pozycję na stronie domowej zajmuje katalog „Moja WAP Idea" – spersonalizowany serwis WAP. W katalogu „Moja WAP Idea" każdy użytkownik może stworzyć swój własny zestaw linków (serwisów) i dowolnie zmieniać ich nazwy. Dzięki temu, struktura serwisu może być dostosowana do indywidualnych potrzeb użytkowników. Podobne funkcje można znaleźć w specjalnym serwisie www, dostępnym pod adresem: http://www.idea.pl.

Następną pozycją na stronie domowej serwisu wap.idea.pl jest katalog „Idea". W katalogu tym można znaleźć najświeższe informacje, dotyczące: operatora sieci Idea („Idea News"), punktów sprzedaży, oferty, usług dodanych oraz zasięgu. Ponadto można dokonać zakupów w sklepie WAP-owym.

Trzecią pozycją serwisu jest katalog „Nowości". Znaleźć tam można listę nowych elementów, które dodano do portalu wap.idea.pl. Chwilę relaksu zapewni kolejny katalog naszego serwisu, czyli „Rozrywka i Gry". Zamieściliśmy w nim m.in.: interesujące gry, dowcipy, przepisy na drinki, plotki o wielkich tego świata, a nawet horoskop i biorytm na dany dzień.

Inną interesującą usługą jest, niedawno wprowadzony serwis Idea.czat. Dzięki tej usłudze, można porozmawiać z ciekawymi ludźmi. Godnym uwagi katalogiem są także „Informacje", w którym znaleźć można aktualności z kraju i ze świata. Kibiców różnych dyscyplin sportowych zachęcamy do odwiedzenia katalogu „Sport" – informacje o piłce nożnej, koszykówce, sportach motorowych oraz skokach narciarskich. Natomiast dla osób zainteresowanych sprawami biznesowymi przygotowaliśmy katalog „Biznes", z wiadomościami na temat kursów akcji i walut. Do odwiedzenia kolejnego katalogu – „Książka Telefoniczna" – zachęcamy wszystkich użytkowników serwisu. Katalog ten, specjalnie dla Idei, stworzyły Polskie Książki Telefoniczne.

W naszym serwisie można również sprawdzić prognozę pogody dla każdego regionu Polski (katalog „Pogoda") oraz znaleźć programy telewizyjne wielu stacji polskich oraz zagranicznych (katalog „Program TV"). Kolejne katalogi pomogą użytkownikom serwisu zaplanować wolny czas. W katalogu „Kino" umieściliśmy repertuar kin z dużych, polskich miast, zaś w „Zapowiedziach" – plany imprez targowych, sportowych, kulturalnych oraz naukowych.

Przy planowaniu podróży pomocny będzie katalog „W podróży", w którym znajdują się informacje na temat biur podróży, rozkładu jazdy pociągów, rozkładu lotów oraz nowy serwis turystyczny, przygotowany przez Polskie Przedsiębiorstwo Wydawnictw Kartograficznych. W serwisie znajdują się opisy przeszło 2500. ciekawych turystycznie miejsc. Dzięki temu, nasz serwis, jako pierwszy w kraju, umożliwia zaplanowanie wycieczki po całej Polsce. Wystarczy tylko skorzystać z telefonu.

Kolejna, przydatna w codziennym życiu, opcja to „Przypominacze SMS", która umożliwia ustawienie dokładnego czasu wysłania do adresata SMS-a. Natomiast serwis „WAP e-mail" zapewnia stały dostęp do skrzynki e-mail. Katalog „Portale" to lista adresów WAP, największych i najciekawszych portali. Korzystanie ze światowych zasobów stron WAP ułatwi wyszukiwarka Google.

Nowa struktura portalu wap.idea.pl

Strona domowa
- Moja WAP Idea → Twoja własna selekcja katalogów lub linków
- Idea → Idea News, Punkty Sprzedaży, Firma i Kontakty, Oferta Sprawdź Ceny, Sklep WAP Idea, Usługi Dodane, Zasięg; Poziom Wyżej, Strona domowa
- Nowości
- Rozrywka i Gry → Gry, Dowcipy Dnia, Rysunek Dnia, Horoskop, Biorytm, Drink Dnia, Plotki, Konkursy; Poziom Wyżej, Strona domowa
- Idea.czat
- Informacje ↔ Aktualności, Sport, Biznes, Książka Telefoniczna, Pogoda, Program TV, Kino, Zapowiedzi; Poziom Wyżej, Strona domowa
- W podróży → Serwis Turystyczny PPWK, Rozkład Jazdy Pociągów, Rozkład Lotów, Co Gdzie Kiedy, wap.hotelcatalogue.net, Scan Holiday, Last minute SMS; Poziom Wyżej, Strona domowa
- Przypominacze SMS
- WAP e-mail
- Portale
- Szukaj (wap.google.com)
- Ustawienia → Zmiana Powitania, Zmiana hasła; Poziom Wyżej, Strona domowa
- Język

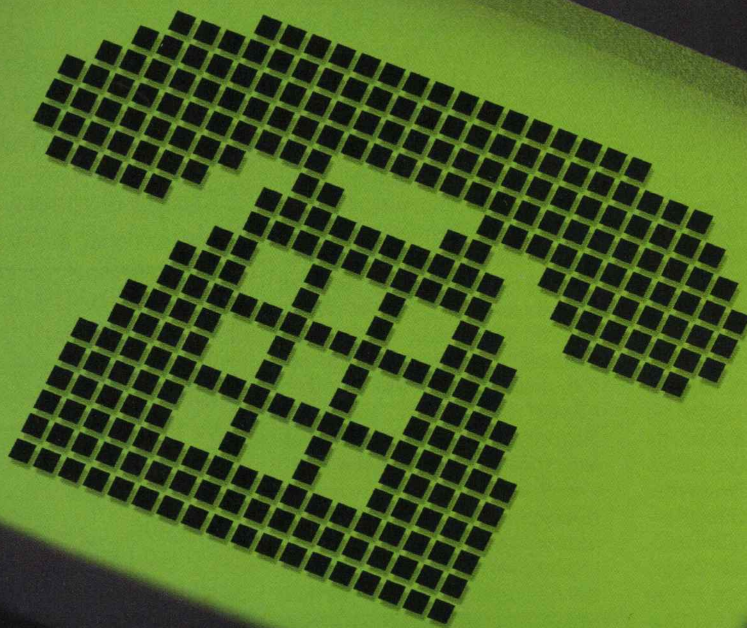
Ostatni z opisywanych katalogów – „Ustawienia" – służy do zmiany hasła do portalu WAP (szczególnie przydatne przy logowaniu do modułu www) oraz zmiany powitania.

Nowa struktura wap.idea.pl, została skonstruowana tak, aby maksymalnie ułatwić korzystanie z portalu. Dzięki temu można szybko dotrzeć do interesującej nas informacji.



BE&W

W twoim domowym telefonie ktoś na ciebie czeka.



łączy nas coraz więcej

Poczta Głosowa to nowa usługa Telekomunikacji Polskiej S.A. Dzięki niej zawsze jest z Tobą kontakt, bo nagrane wiadomości czekają na Ciebie w domowym telefonie. Poczta Głosowa umożliwia zostawienie wiadomości wtedy, gdy nikogo nie ma w domu, kiedy telefon jest wyłączony lub zajęty. Odsłuchiwanie wiadomości z własnego aparatu jest bezpłatne. Jeśli masz telefon komórkowy w sieci Idea - o przyjściu każdej wiadomości na Pocztę Głosową w domowym telefonie może poinformować Cię sms. Zawiera on informacje: ile jest wiadomości, kto jest ich nadawcą oraz kiedy przyszły. Informacja dotrze do Ciebie sama, gdziekolwiek jesteś. Usługę pocztagłosowa sms można zamówić w Biurze Obsługi Klientów TP S.A. Więcej informacji pod bezpłatnym numerem **0-800 150 150** i w internecie **www.tpsa.pl/poczta_glosowa**.

IDEA
Ciągle nowe pomysły

POCZTA GŁOSOWA

TELEKOMUNIKACJA POLSKA S.A.

Idea.czat

Specjalnie dla swych Abonentówi[1] sieć Idea przygotowała, unikalny na polskim rynku, czat „internetowo-komórkowy".

Połączenie zalet tradycyjnego czatu internetowego i możliwości, jakie daje telefon komórkowy (dzięki wykorzystaniu krótkich wiadomości tekstowych SMS i protokołu WAP) zaowocowało powstaniem niepowtarzalnej usługi Idea.czat.

KONRAD HABIT

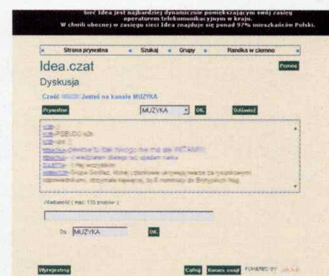
Podstawową zaletą Idea.czat jest pełna swoboda prowadzenia pogawędek, niezależnie od tego, czy w danej chwili masz dostęp do internetu. Telefon komórkowy jest przecież zawsze „pod ręką" i umożliwia czatowanie praktycznie z każdego miejsca.

Aby rozpocząć wspólną pogawędkę z innymi użytkownikami, najpierw należy się zarejestrować pod, wybranym przez siebie, pseudonimem (nickname). W procesie rejestracji unikalny pseudonim jest przypisywany do Twojego numeru telefonu komórkowego. Jak się zarejestrować? Jeżeli w trakcie czytania tego artykułu masz dostęp do komputera, połączonego z internetem, odwiedź stronę www.idea.pl i z menu głównego z sekcji Usługi wybierz link o nazwie Idea.czat. Po chwili ukaże się formularz rejestracyjny i wszelkie potrzebne informacje. Po podaniu swojego numeru telefonu komórkowego, otrzymasz hasło, które pozwala się zalogować (rys. 1). Jeżeli połączenie z internetem nie jest teraz możliwe, można na „własnej skórze" przekonać się o zaletach komórkowej części Idea.czat. Aby się zarejestrować, należy przygotować SMS o treści **PSEUDO**, a po spacji podać wybrany pseudonim (np. „PSEUDO MARO") i przesłać pod numer **2112**[2]. Można także zarejestrować się poprzez WAP – połączenie z wap.idea.pl, a następnie Idea.czat.

Niezależnie od tego, w jaki sposób przebiega rejestracja, rozmowę można prowadzić przez www SMS lub WAP. Dyskusje ogólne, do których może dołączyć każdy „czater", prowadzone są na tzw. kanałach publicznych. Każdy kanał to swego rodzaju forum dyskusyjne, na którym prowadzone są rozmowy, związane tematycznie z nazwą kanału. Dostępne kanały to: Główny, GSM, Flirt, Ogłoszenia, Sport, Polityka, Muzyka i Film. Aby dowiedzieć się, o czym ostatnio była mowa na wcześniej wybranym przez siebie kanale – można odczytać ostatnie wypowiedzi uczestników, po czym już śmiało włączyć się do dyskusji, publikując wiadomość ogólnodostępną. Przykład strony ilustrującej dyskusję przedstawia rysunek nr 2. Aby przeczytać ostatnie wiadomości za pomocą SMS, należy użyć komendy „czyt" i przesłać SMS pod numer 2112. Pełna lista dostępnych komend i składni SMS znajduje się w tabeli nr 1.



Rysunek 1. Logowanie do Idea.czat



Rysunek 2. Wysyłanie wiadomości i dyskusja w Idea.czat

Jeżeli chcesz zwrócić się do kogoś bezpośrednio – możesz zaadresować tę wiadomość do konkretnej osoby (poprzez podanie jej pseudonimu) i wysłać do niej wiadomość w sposób niewidoczny dla innych użytkowników. Aby przesłać wiadomość do przykładowego Janka, korzystając z SMS, trzeba użyć komendy „DO", po spacji podać pseudonim odbiorcy, a następnie, po spacji, umieścić treść wiadomości (np. „DO Janek Pozdrawiam Cie bardzo serdecznie!).

Wiadomość zawsze dotrze do odbiorcy. Jeżeli w danej chwili rozmówca korzysta z interfejsu internetowego (lub WAP), otrzyma wiadomość oznaczoną jako prywatną, jeśli nie, on-line system wyśle do niego SMS z wiadomością od Państwa!

Idea.czat posiada jeszcze szereg innych funkcji, takich jak Grupy Prywatne, CV, Randka w Ciemno, opisanych w systemie pomocy na internetowej stronie Idea.czat. Dla tych, którzy nie mają dostępu do internetu, przeznaczony jest głosowo-faksowy serwis Idea.czat, dostępny z telefonów komórkowych sieci Idea pod numerem 501002112 (koszt 1 zł + VAT niezależnie od długości trwania połączenia).

SKRÓTY I KOMENDY		SKŁADNIA, PARAMETRY	OPIS
	PSEUDO	+'pseudonim'	Rejestracja/zmiana pseudonimu.
2	REZ		Rezygnacja z Idea.chat.
	DO	+'pseudonim' + 'treść wiadomości' +'lista pseudonimów' + 'treść wiadomości'+'nazwa grupy' +GP	Wysyłanie wiadomości.
	WD	+'wiadomość'	post - wysyłanie wiadomości ogólnodostępnej na kanał.
L	LISTA	+'kanał nazwa kanału' +'nazwa grupy'	Wyświetlenie listy użytkowników w podanym kanale/grupie.
C	CZYT	+'pseudonim'	Ostatnie wiadomości na kanale - post'y. Ostatnie wiadomości na kanale od użytkownika o podanym pseudonimie.
SS	SZUKAJS	+'słowo'	Wyszukanie wiadomości zawierających podane słowo.
N	NEWS		Czytanie najciekawszych wiadomości na kanale.
	WYJ	+'nazwa grupy'	Wyjście z kanału/grupy.
	WEJ	+'kanał', +'nazwa grupy'	Lista dostępnych kanałów. Wejście na dany kanał. Wejście do danej grupy.
	MOJECV	+'treść CV'	Tworzenie i zmiana CV.
	CV	+'pseudonim'	wyświetlenie CV innego użytkownika.
S	SZUKAJ	+'pseudonim'	Informacja gdzie jesteś zalogowany w Idea.chat (kanał/grupa). Szukanie gdzie znajduje się użytkownik o podanym pseudonimie.
P	POMOC	+'komenda' +'POMOC'	Zwraca pomoc na temat danej komendy. Zwraca listę komend.
RC	RANDKA		Rejestracja w randce w ciemno.
WYJRC	WYJRANDKA		Rezygnacja z randki w ciemno.
GP	GP		Wyświetlenie listy członków prywatnego kanału.
GPL	GPLISTA		Wyświetlenie listy grup do których należy użytkownik.
+GP	ZAPR	+'pseudonim' +'lista pseudonimów'	Dodanie użytkownika/użytkowników do prywatnej grupy.
-GP	WYPR	+'pseudonim' +'lista pseudonimów'	Usunięcie użytkownika/użytkowników z prywatnej grupy.
	NISZCZ		Zlikwidowanie swojej prywatnej grupy.
	IGN	+'nazwa grupy'	Odrzucenie zaproszenia do prywatnej grupy innego użytkownika.
CL	CZARNALISTA		Wyświetlenie listy pseudonimów na czarnej liście.
	+CL	+'pseudonim' +'lista pseudonimów'	Dodanie innego użytkownika/użytkowników do czarnej listy.
	-CL	+'pseudonim' +'lista pseudonimów'	Usunięcie innego użytkownika/użytkowników z czarnej listy.

Tabela 1. Lista komend i skrótów SMS.
Komendy, jak i pochodzące od nich skróty mogą być stosowane wymiennie.

[1] Idea.czat tylko dla Abonentów sieci Idea (Nowa Idea Optima, Idea Optima, Idea 50/150 oraz POP)
[2] Koszt SMS pod numer 2112: POP 0,24 zł + VAT ; Idea Optima 0.12 zł +VAT

Nowe aparaty w IDEI

Samsung R200s

Samsung R200s to nowoczesny aparat dwuzakresowy. Cechuje się wysoką jakością wykonania, wysoką funkcjonalnością oraz bardzo bogatym wzornictwem.

W zestawie funkcji znaleźć można m.in.: przeglądarkę WAP, alarm wibracyjny, SMS-y graficzne. Dodatkowe zalety telefonu to: wysoka jakość, dobra bateria i ciekawy design.





Parametry:

Waga: 99g
Wysokość: 110mm+20mm (antena)
Szerokość: 46mm
Grubość: 23,5mm
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 900mAh
Czas czuwania: do 120 godz.
Czas rozmowy: do 3,5 godz.

Wybrane cechy:

Aparat dwuzakresowy 900/1800
WAP
SMSy graficzne
Alarm wibracyjny
Kompozytor melodii
Animowany wygaszacz ekranu
Zegar i budzik
Kalendarz i organizer
Kalkulator
Niebieski ekran o wysokiej rozdzielczości

SAMSUNG

Nowe aparaty w IDEI

Samsung A300

Samsung A300 to nowy, ekskluzywny aparat dwuzakresowy. Wyróżnia się wyjątkową stylistyką oraz podwójnym wyświetlaczem o wysokiej rozdzielczości.

Zewnętrzny ekran wzbudza zainteresowanie kolorem i kształtem oraz informuje o podstawowych funkcjach aparatu.
Wśród podstawowych funkcji aparatu znajdziemy m.in.: alarm wibracyjny, przeglądarkę WAP, zegar z budzikiem oraz organizer.

Kolejnymi zaletami telefonu są jego małe wymiary i waga. Dwie baterie pozwalają komfortowo korzystać z aparatu i unikać niezręcznych sytuacji. Telefon ten adresowany jest do klientów, dla których ważny jest atrakcyjny design i nietuzinkowy wygląd.



Parametry:

Waga: 83g
Wysokość: 81mm+19mm (zamknięty)
Szerokość: 42mm
Grubość: 27mm (z baterią standardową)
Rodzaj baterii: Li-Ion
Pojemność baterii: 800mAh
Czas czuwania: do 80 godz.
Czas rozmowy: do 4 godz.

Wybrane cechy:

- Małe wymiary
- Ekskluzywna stylistyka
- Podwójny wyświetlacz
- Aparat dwuzakresowy 900/1800
- Dodatkowa bateria (570mAh)
- WAP
- Alarm wibracyjny
- Zegar i budzik
- Kalendarz
- Organizer i czas światowy

jeszcze lepsza pop-owa poczta głosowa



Poczta głosowa jest niczym automatyczna sekretarka, ale oferuje znacznie więcej atrakcyjnych funkcji, dopasowanych do indywidualnych potrzeb. Jej przydatność okazuje się nieoceniona, gdy telefon jest wyłączony, Użytkownik znajduje się poza zasięgiem sieci, nie może lub nie chce odebrać połączenia. Poczta Głosowa, działając bez przerwy, przejmuje takie połączenia i umożliwia rozmówcom pozostawienie ważnych wiadomości. O nowych wiadomościach w skrzynce informuje SMS. Odsłuchać je można w dowolnym momencie, od niedawna za darmo i w znacznie prostszy sposób.

Wraz z zakupem dowolnie wybranego zestawu POP z telefonem lub zestawu StartPOP pocztę głosową otrzymuje się bezpłatnie. Aby móc z niej korzystać, trzeba ją uaktywnić, dzwoniąc pod numer *501 i postępując zgodnie z instrukcjami lektora. Dopiero po wykonaniu tych czynności poczta głosowa jest aktywna, co daje możliwość odsłuchiwania wiadomości, zapamiętywania otrzymanych wiadomości lub ich kasowania ze skrzynki.

ODSŁUCHIWANIE POCZTY BEZ WPISYWANIA KODU

Aktywując pocztę głosową, automatycznie można ustawić osobiste zabezpieczenie w postaci **kodu dostępu**. Kod dostępu (od 4 do 10 cyfr) zapewnia poufność i bezpieczeństwo wiadomości, pozostawionych w poczcie, blokując możliwość ich odsłuchiwania przez niepożądane osoby. Ustawiony kod dostępu trzeba podawać przy każdym połączeniu z pocztą głosową, gdy chce się odsłuchać wiadomości lub dokonać zmian w parametrach swojej poczty.

Wielu z Użytkowników POP-a nie chce jednak wprowadzać kodu, gdyż potrzebuje szybkiego i prostego dostępu do swojej poczty głosowej. Z myślą o nich, wprowadzona została nowa funkcja, umożliwiająca **wyłączenie kodu dostępu** dla połączeń z pocztą z własnego telefonu komórkowego. Wpisywanie kodu nie jest wymagane wyłącznie przy połączeniach realizowanych z własnego numeru telefonu na własną pocztę głosową. Wszystkie inne połączenia wymagają wybrania kodu dostępu.

Wyłączenie osobistego kodu dostępu jest bezpłatne, wystarczy połączyć się ze swojego telefonu komórkowego z pocztą (*501), wcisnąć kod dostępu, a następnie wybrać z Menu Głównego Poczty opcje w kolejności:

- **8** – ustawienia osobiste,
- **2** – parametry dostępu,
- **2** – opcje ochrony kodem dostępu,
- **1** – wyłączenie kodu dostępu.

Darmowa poczta w pop-ie na stałe

Od dnia 21 listopada 2001 r., wiadomości nagrane na pocztę głosową w POP-ie można odsłuchiwać bez ograniczeń, gdyż korzystanie z niej jest teraz <u>całkowicie bezpłatne</u>. We wszystkich starych i nowych POP-ach aktywacja poczty oraz odsłuchiwanie wiadomości nie kosztuje ani grosza. To jedyna tego typu oferta na rynku „telefonów na kartę" w Polsce.

SCHEMAT POCZTY GŁOSOWEJ W POP-IE



Walentynki to szczególna okazja, aby obdarować kogoś bliskiego jakimś specjalnym prezentem. Jedną z niespodzianek, które POP przygotował dla swoich Użytkowników, jest nowa usługa, działająca w ramach bezpłatnej Poczty Głosowej – „Serwus Komórkowy". Od Walentynek począwszy, Użytkownik POP bez przerwy może bawić się w zmienianie powitania w swojej Poczcie Głosowej, zaskakując nagraniem tych wszystkich, którzy nie będą mogli się do niego dodzwonić. „Serwus Komórkowy" to usługa dla małych i dużych, „zakręconych" i tych całkiem poważnych, dla wszystkich pozostałych, którzy nie lubią nudy, poszukują nowości, chcą się bawić i cenią radość życia.

Nowością w POP-ie, wprowadzoną z okazji Walentynek jest nowa usługa – „Serwus Komórkowy". To pierwsza tego typu oferta na polskim rynku telefonii komórkowej i w chwili obecnej jest osiągalna wyłącznie dla Użytkowników POP. Walentynkowa nowość POP-a czyni dotychczasową pocztę głosową jeszcze bardziej nowoczesną i atrakcyjną, sprawiając iż numer telefonu Użytkownika POP może mieć niepowtarzalny, jedyny w swoim rodzaju charakter, rozpoznawalny właśnie dzięki powitaniom z „Serwusa Komórkowego".

serwus komórkowy

nowa usługa w pop-ie na walentynki [i nie tylko]

Anna Zbrzeźniak

NA CZYM POLEGA I DO CZEGO SŁUŻY „SERWUS KOMÓRKOWY"?

„Serwus Komórkowy" to nazwa usługi, dostępnej w ofercie POP w ramach poczty głosowej. Pomysł usługi zbliżony jest do sprawdzonych koncepcji dzwonków telefonicznych lub logo, które można ściągnąć z Internetu na komórkę, wykorzystując do tego wiadomość tekstową SMS.

„Serwus Komórkowy" polega na zamianie standardowego powitania, oferowanego przez operatora lub indywidualnego powitania klienta, na jedno ze specjalnych powitań, wybrane z grupy nagrań, oferowanych w ramach usługi. „Serwus Komórkowy" umożliwia więc Użytkownikom POP wgranie na swoją pocztę humorystycznego powitania, przygotowanego przez operatora usługi.

KTO I W JAKI SPOSÓB MOŻE KORZYSTAĆ Z NOWEJ USŁUGI?

„Serwus Komórkowy" jest dostępny dla każdego Użytkownika POP, który uaktywnił pocztę głosową. Aby móc skorzystać z usługi, wystarczy wejść na stronę internetową www.idea.pl, gdzie znajduje się baza specjalnych powitań do poczty, przy czym każde z nich ma swój kod, np. 101123. Użytkownik POP może kilkakrotnie przesłuchać wybrane powitanie, zanim zdecyduje się wybrać i zamówić jedno z nich.

JAKIE POWITANIA SĄ DOSTĘPNE W „SERWUSIE KOMÓRKOWYM"?

W chwili obecnej, w bazie nagrań „Serwusa Komórkowego" znajduje się ponad 180 nagrań, uporządkowanych w 12 kategoriach tematycznych (np. Film, Języki Obce, Medycyna, Sport, Gwiazdy itp.). Baza ta jest stale uzupełniana o kolejne, ciekawe nagrania. Dostępne są tu parodie znanych osobistości ze świata filmu, polityki i sportu, a także powitania, wykorzystujące motywy muzyczne oraz pomysły pochodzące ze znanych polskich filmów i seriali, zwłaszcza komediowych. Wśród tych nagrań znajdują się również specjalne powitania okolicznościowe na Walentynki, które można ustawić w poczcie właśnie na ten dzień.

JAK ZAMÓWIĆ POWITANIE DO POCZTY W „SERWUSIE KOMÓRKOWYM"?

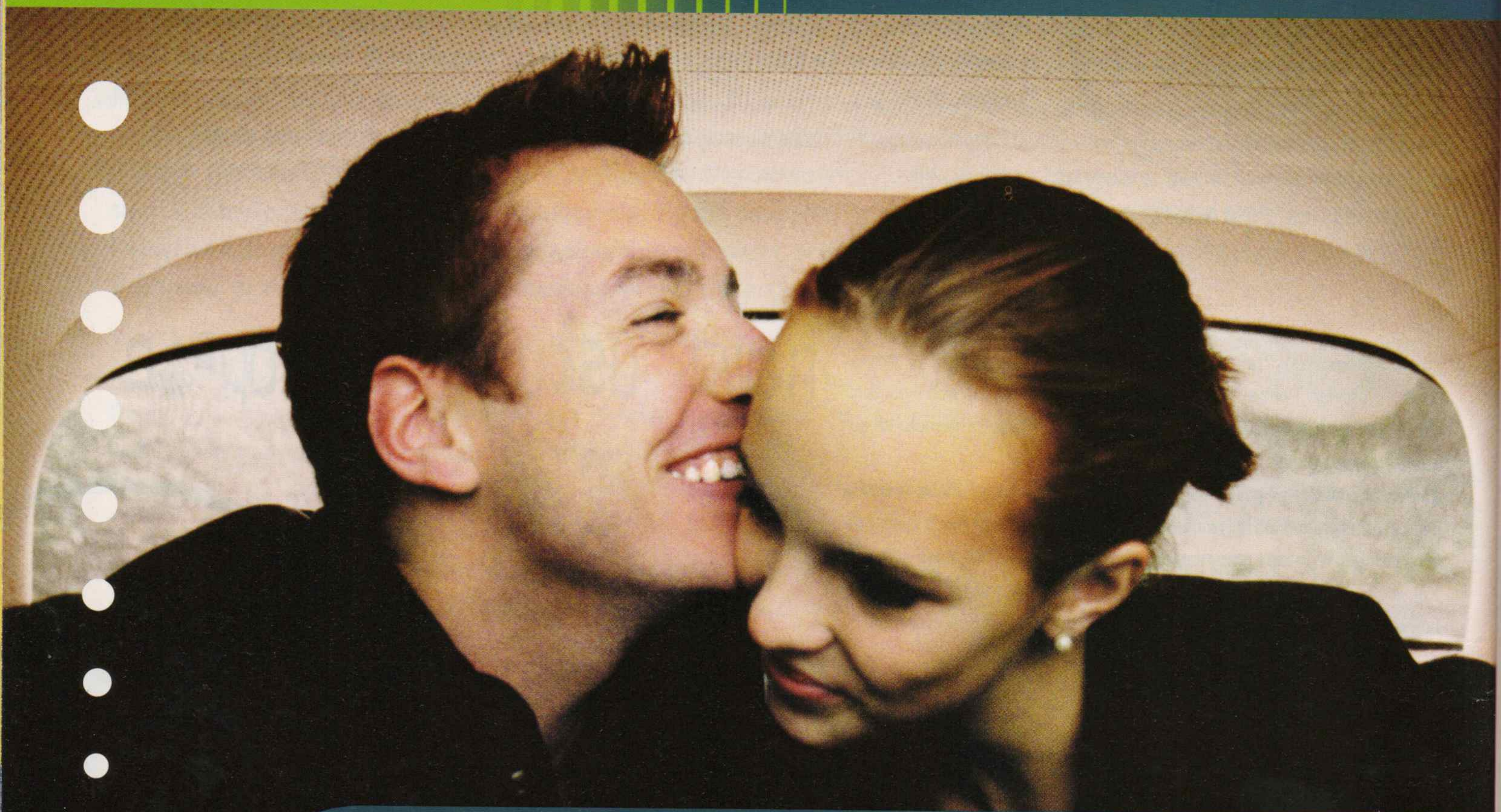
Zamówienie wybranego powitania odbywa się poprzez wysłanie kodu powitania pod numer **SMS PREMIUM 7555**. Obecnie, opłata za wysłanie jednego SMS-a z zamówionym powitaniem pod numer SMS PREMIUM, wynosi 5 zł netto. W odpowiedzi na wysłanego SMS-a z zamówieniem, Użytkownik POP otrzyma SMS-a z potwierdzeniem aktywowania usługi. Zamiana dotychczasowego powitania na poczcie głosowej Użytkownika następuje automatycznie, w ciągu kilkunastu sekund od momentu dotarcia SMS-a z zamówieniem danego nagrania.

W przyszłości „Serwus Komórkowy" będzie również dostępny dla tych Użytkowników POP, którzy nie posiadają dostępu do Internetu. Będą oni mogli zamówić powitania, dzwoniąc pod dedykowany dla tej usługi, skrócony numer.

Do tej pory Poczta Głosowa w POP-ie była bardzo atrakcyjna. Teraz, dzięki nowej usłudze „Serwus Komórkowy", jest niepowtarzalna. To właśnie „Serwus Komórkowy" daje Użytkownikowi POP możliwość podjęcia decyzji, kto i w jaki sposób powie za niego, że nie może w tej chwili odebrać telefonu. „Serwus Komórkowy" pozwala bowiem Użytkownikowi POP na wgranie na jego pocztę wyjątkowego w formie powitania, nagranego przez kogoś innego o znanym głosie, które na pewno zaskoczy nie jedną osobę. Takie specjalne powitanie może mu się przydać na Walentynki lub kiedykolwiek indziej, gdy będzie zbyt zajęty, by rozmawiać...:))) POP łączy z ludźmi – z „Serwusem komórkowym" (na Walentynki i nie tylko).



DŹWIĘKÓWKA Wiadomość muzyczna



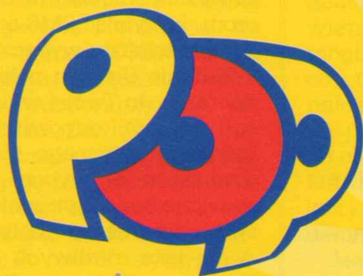
Posłuchaj, to dla Ciebie ...

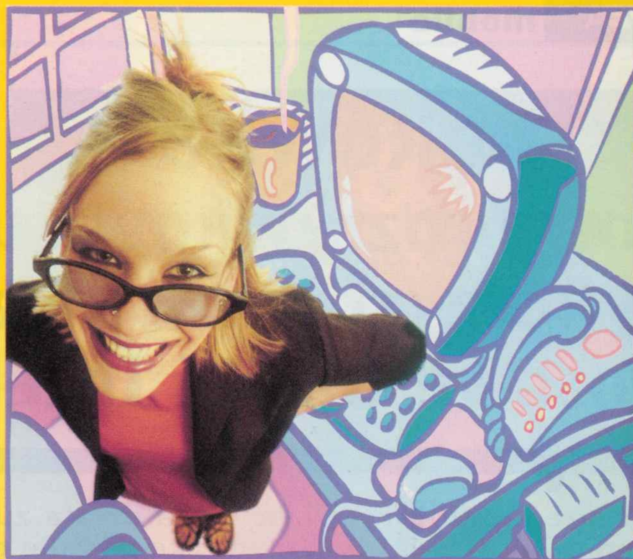
„DŹWIĘKÓWKA" – nowa usługa w sieci Idea

„DŹWIĘKÓWKA" to wiadomość muzyczna dla bliskiej Ci osoby. Jeśli nie wiesz, jak wyrazić swoją radość, wyznać miłość lub po prostu sprawić komuś przyjemność, nagraj życzenia i dołącz do nich wybraną piosenkę.



Czy wiesz wszystko o





IDEA

QUIZ SMS-owy

Z dniem 1 lutego 2002 r., specjalnie dla Użytkowników usługi POP, uruchomiony zostanie pierwszy quiz oparty o SMS. W tej edycji quizu można będzie sprawdzić swoją wiedzę na temat usługi POP. Konkurs potrwa przez cały miesiąc luty, a każdego dnia wyłanianych będzie aż 100 zwycięzców.

Aby zagrać, Użytkownik usługi POP musi zarejestrować się, wysyłając SMS o treści **POP** pod numer **7199**. Koszt takiego SMS-a to 1 zł netto. W odpowiedzi otrzyma SMS-a potwierdzającego rejestrację, a po chwili – także w formie SMS-a – pierwsze z trzech pytań konkursowych. Każde z nich zawierać będzie 3 odpowiedzi, z których tylko jedna jest poprawna. Na pytanie należy odpowiedzieć, wysyłając SMS o treści **A**, **B** lub **C** (w zależności od tego, która z odpowiedzi będzie poprawna) pod numer **7199**. Kolejne pytanie pojawi się dopiero w momencie, gdy podana zostanie odpowiedź na poprzednie (bez względu na to, czy udzieli się poprawnej, czy błędnej). Po udzieleniu odpowiedzi na trzecie pytanie, do gracza zostanie wysłana informacja, na ile pytań odpowiedział poprawnie.

Konkurs dzienny kończy się wyłonieniem zwycięzców, co ma miejsce następnego dnia, po zakończonej rundzie. Każdy z uczestników danej rundy otrzyma SMS-a z informacją o końcowym wyniku danej rundy.

Zwycięzcy wyłaniani będą na podstawie dwóch kryteriów: wiedzy i szybkości. Wygrywają ci Użytkownicy POP, którzy udzielili najwięcej poprawnych odpowiedzi na pytania (maksymalnie 3 poprawne odpowiedzi) i dodatkowo zrobili to w jak najkrótszym czasie.

Każdego dnia nagrodą główną w quizie jest telefon marki ERICSSON T29s z zestawem Start POP. Dodatkowo 49. graczy otrzyma nagrody pocieszenia w postaci jednorazowego doładowania konta o kwotę 10 zł, a kolejnych 50. graczy – jednorazowe doładowanie konta o 5 zł. W sumie, w pierwszej edycji SMS-owego Quizu w POP-ie, można wygrać 3000 nagród o łącznej wartości 60 tys. zł!!!

Tak więc nie zwlekaj. Sprawdź swoją wiedzę i wygraj jeden z trzydziestu odjazdowych telefonów ERICSSON T29s. Dodatkowe informacje o Quizie SMS można znaleźć na stronie www.idea.pl.

Powodzenia

twójpop

Dzwiękówka

Nowa rozrywkowa usługa, wykorzystująca połączenie głosowe SMS i Internet

KONRAD HABIT

Od 1 lutego 2002 r., w sieci Idea działa zupełnie nowa usługa – pod nazwą „Dźwiękówka". Wykorzystuje ona połączenia głosowe oraz funkcje dostępne przez SMS i Internet. Dzięki „Dźwiękówce", można w niekonwencjonalny sposób przekazać innej osobie życzenia z okazji imienin, urodzin, zaprosić na spotkanie lub po prostu przesłać pozdrowienia.

Wyobraźmy sobie, że przekazujemy komuś wiadomość a dodatkowo możemy dołączyć do niej fragment, wybranego przez nas, utworu muzycznego. Chcielibyśmy, aby odbiorca takiej wiadomości mógł rozpoznać w niejnasz głos a dołączonym utworem był np. „Don't worry! Be happy!" B. McFerrina. Teraz jest to możliwe – wystarczy zamówić „Dźwiękówkę".



Należy wysłać SMS pod numer **7425** (SMS w cenie 4 zł + VAT), którego treścią będzie numer telefonu osoby, do której chcesz wysłać „Dźwiękówkę".

Najprostsze zamówienie mogłoby wyglądać następująco: w treści SMS wpisujesz numer odbiorcy, np. 501123123 i wysyłasz pod numer 7425. Po chwili, system „Dźwiękówek" zadzwoni do Ciebie i poprosi o nagranie wiadomości dla Odbiorcy oraz zaprezentuje fragmenty 3 utworów muzycznych, ilustrujących Twoją wiadomość. Wystarczy, że z klawiatury telefonu komórkowego wybierzesz numer utworu (wciskając klawisz 1, 2 lub 3) i zamówienie zostanie przyjęte. Następnie system rozłączy się i wykona połączenie do Odbiorcy „Dźwiękówki", przekazując nagraną przez Ciebie wiadomość i wybrany utwór muzyczny (długość utworu nie przekroczy 1 min.).

Dla bardziej wymagających, przygotowano ponad 15 kategorii utworów, pogrupowanych tak, aby najbardziej pasowały do przekazywanej treści. Dodanie odpowiedniego utworu z wybranej kategorii, w połączeniu z treścią wiadomości, stwarza mnóstwo okazji do wysłania „Dźwiękówek", ograniczonych jedynie pomysłowością Nadawcy.

Przykład: jeśli zamierzasz zaprosić znajomego lub znajomą na spotkanie, wyślij SMS o treści „numer telefonu znajomego przyjdź". Jeżeli chcesz precyzyjniej określić charakter spotkania, wybierz kategorię: drink, impreza, kino. Możesz za pomocą „Dźwiękówki" przeprosić swoją „drugą połowę" za zachowanie ostatniego wieczoru, wysyłając SMS o treści: „numer telefonu wybacz".

Zadanie Serwisu polega na dobraniu do Twojej wiadomości (okazji) odpowiedniego utworu muzycznego. Za każdym razem do wyboru przedstawione będą 3 piosenki, których fragmenty usłyszysz. A oto lista możliwych okazji: Kocham, Wybacz, Przyjdź, Dziękuję, Gratuluję, Życzę, Flirt, Erotyka, Żart, Żegnaj, Podróż, Impreza, Drink, Kino, Pieniądze, Kobieta, Mężczyzna, Taniec, Sen, Przebudzenie, Szaleństwo, Nowy Rok, Kolędy, Smutek, Urodziny, Deszcz, Ślub, Dzieci, Wolność, Hazard, Kosmos. Przykład zamówienia „Dźwiękówki" z kategorii „Życzę" dla numeru 501123123 powinien wyglądać następująco: „501123123 życzę", a SMS przesłany pod numer 7425.

Dźwiękówka na czas

Zamawiając „Dźwiękówkę" można określić także dokładny termin jej dostarczenia. Aby to zrobić w SMS-ie, należy umieścić informacje dotyczące czasu, poprzedzone odpowiednimi literami (g-godzina, d-dzień, m-miesiąc, r-rok). Nie musisz zawierać wszystkich informacji. Jeżeli chcesz np., aby „Dźwiękówka" została dostarczona w dniu zamówienia o godzinie 19:00, wpisz w SMS-ie literę „g" i liczbę „19". Aby zamówić „Dźwiękówkę" na urodziny przyjaciela, które będą 15 maja 2002 r., wpisz w SMS-ie „numer telefonu przyjaciela urodziny d15 m5 r2002". Pominięcie jakiejkolwiek informacji o czasie spowoduje dostarczenie „Dźwiękówki" niezwłocznie po jej zamówieniu.

Przykład: SMS zamawiającego „Dźwiękówkę" dla numeru 501123123 z okazji urodzin na dzień 15 maja 2002 r.: 501123123 urodziny g12 d15 m5. W przykładzie celowo pominięto podawanie roku – „Dźwiękówka" zostanie dostarczona w roku bieżącym.

Uwaga: Dźwiękówki będą dostarczane jedynie w godzinach 9-22 Idea, Plus GSM

BE&W

oraz 18-22 Era. Podanie godzin spoza przedziałów spowoduje przesłanie „Dźwiękówki" następnego dnia.

Odbieranie Dźwiękówki

Jeżeli ktoś z Twoich znajomych zamówi dla Ciebie „Dźwiękówkę", zadzwoni do Ciebie numer 503200250. Po odebraniu połączenia, głos lektora poinformuje Cię, jak odsłuchać „Dźwiękówkę" (należy wybrać podaną przez lektora opcję poprzez wciśnięcie odpowiedniego klawisza na klawiaturze telefonu komórkowego). Po chwili usłyszysz nagraną przez Nadawcę wiadomość i utwór muzyczny. Po odsłuchaniu „Dźwiękówki" (jeżeli uznasz, że warto), możesz wybrać opcję podziękowania. W takim przypadku my wyślemy Nadawcy SMS z podziękowaniem za odebraną przez Ciebie „Dźwiękówkę".

Internet

„Dźwiękówka" ma także wyznaczone miejsce na stronie www.idea.pl (informacji szukaj w sekcji Usługi link o nazwie „Dźwiękówka"), na której znajdują się wszelkie możliwe i najświeższe informacje. W „Szafie grającej" znajdują się fragmenty wszystkich możliwych załączników muzycznych. Utwory są podzielone na kategorie, style muzyki i wykonawców, tak więc wybranie konkretnego utworu na odpowiednią okazję, nie powinno sprawiać żadnych problemów. Dodatkowo, wypełniając znajdujący się na stronie formularz, możesz w łatwy sposób zamówić konkretny utwór. Wystarczy w odpowiednich polach podać numer Odbiorcy, wskazać wybrany utwór i czas jego dostarczenia, a system automatycznie wygeneruje dla Ciebie kod zamówienia (kod zamówienia mógłby wyglądać następująco: „@as98nb5"). Podany kod należy wpisać w SMS-a i przesłać pod numer 7425. Po chwili otrzymamy połączenie z systemu „Dźwiękówek", który poprosi o nagranie wiadomości dla Odbiorcy.

Jeżeli wypełnianie formularza wydaje Ci się zbyt skomplikowane, znajdź odpowiadający Ci utwór w „Szafie grającej" (np. „Love Me Tender" ma nr P55) i numer podaj w SMS-ie, po numerze telefonu Odbiorcy, np. „501123123 P55". Zamówienie prześlij pod numer 7425. Przykładowe utwory, kategorie i numery utworów znajdują się w tabeli.

Trick & tips
Książka telefoniczna

Jeśli istnieje osoba, do której często będziesz wysyłać „Dźwiękówki", możesz zapisać ją w swojej książce telefonicznej. Aby to zrobić, przy okazji wysyłania „Dźwiękówki" z życzeniami w SMS-ie zamawiającym, wystarczy wpisać pseudonim (lub imię) odbiorcy, ograniczony znakami „?". Jeśli chcesz wpisać do swojej książki przykładowego Jana, którego numer to 501123123, SMS powinien wyglądać następująco: „501123123 ?Jan? życzę". Od tej pory, wysyłając „Dźwiękówkę" do Jana, wpisuj zamiast numeru telefonu jego imię. Aby wysłać Janowi życzenia urodzinowe (urodziny w dniu 23 kwietnia 2002), wpisz w SMS-ie: „Jan urodziny d23 m4 r2002". Jeśli urodziny są w dniu zamówienia, wystarczy wpisać „Jan urodziny".


BE&W

Odwołanie „Dźwiękówki"

Jeśli już po zamówieniu usługi, stwierdzisz, że jednak nie chcesz wysłać „Dźwiękówki", możesz odwołać jej dostarczenie. W tym celu należy wysłać SMS, którego treścią będzie numer telefonu odbiorcy (np. 501123123). SMS powinien być wysłany pod numer **7125**. Koszt takiego SMS-a to 1 zł +VAT. Oczywiście nie można odwołać „Dźwiękówki" już dostarczonej. Funkcję tę można wykorzystać tylko dla „Dźwiękówek", których termin dostarczenia jeszcze nie upłynął. Jeżeli do jednej osoby wysłałeś np. dwie „Dźwiękówki", które czekają na realizację, komenda wysłana pod numer 7125 z numerem (lub pseudonimem osoby) w treści SMS anuluje „Dźwiękówkę" zamówioną najpóźniej.

Poprawienie numeru telefonu Odbiorcy

Jeśli wpisując w SMS-ie numer telefonu odbiorcy, popełniłeś błąd (tzn. podany przez Ciebie numer jest za krótki lub nie jest obsługiwany przez „Dźwiękówki"), zostaniesz poinformowany o tym poprzez SMS. Aby naprawić błąd, nie płacąc tak, jak za zwykłą „Dźwiękówkę", należy wysłać SMS, którego treścią będzie poprawny numer telefonu odbiorcy (przykład „501123123"). SMS powinien być wysłany pod numer **7025**. Nie można poprawić numeru odbiorcy „Dźwiękówki" już dostarczonej. Funkcję tę można wykorzystać tylko dla „Dźwiękówek", których termin dostarczenia jeszcze nie upłynął.

Tytuł utworu	Wykonawca	Kategoria	Numer utworu
Always on my mind	Elvis Presley	wybacz	P43
Babę zesłał Bóg	Renata Przemyk	kobieta	P117
Będziesz moją Panią	Marek Grechuta	kocham	P74
Birthday	The Beatles	życzę	P33
U cioci na imieninach	Szwagierkolaska	drink	P192
Wonderful tonight	Eric Clapton	flirt	P115
Poszłabym za Tobą	Brathanki	flirt	P92
Passenger	Iggy Pop	podróż	P174
Don't worry be happy	Bobby McFerrin	życzę	P11
Lets talk about sex	Salt'n'Papa	erotyka	P94

Serwis olimpijski w sieci IDEA

W dniach 8-24 lutego w Salt Lake City odbędą się Zimowe Igrzyska Olimpijskie. Szczęśliwcom, którzy będą mieli okazję obejrzeć to wydarzenie na żywo, życzymy niezapomnianych wrażeń. Natomiast dla tych wielbicieli sportów zimowych, którzy pozostaną w kraju, przygotowaliśmy specjalny Olimpijski Serwis SMS-owy.

MAREK ŁUCZKIEWICZ

Wystarczy **wysłać SMS-a o treści OLIMPIADA pod numer 7997**[1] sieci IDEA, aby przez cały czas trwania Olimpiady (17 dni) otrzymywać informacje z zawodów olimpijskich. Informacje będą redagowane na podstawie depesz agencyjnych PAP i innych oficjalnych źródeł. Ponadto serwis zawiera statystyki medalowe, informacje o wynikach reprezentantów Polski i przypomnienia o terminach transmisji telewizyjnych ważniejszych zawodów.

Każdy Abonent serwisu będzie miał również bezpłatny dostęp do pełnych tekstów wybranych depesz w serwisie WAP, umieszczonym przez PTK Centertel w portalu WAPGO!.

Aby dezaktywować serwis przed 24 lutego, należy **wysłać SMS-a o treści OLIMPIADA** pod numer **7097**[2].

Dodatkowo, wszyscy Abonenci Serwisu Olimpijskiego, po zakończeniu Igrzysk, otrzymywać będą **gratis Serwis Narciarski**, czyli informacje z zawodów w skokach narciarskich rozgrywanych do 24 marca 2002 r.

Abonenci, którzy nie są zainteresowani pełnym serwisem, mogą **otrzymywać aktualne informacje z wybranego zakresu tematycznego,** związane z Igrzyskami Olimpijskimi. Wystarczy tylko w sieci Idea **wysłać SMS-a pod numer 7297**[3] **i w jego treści wpisać odpowiednie HASŁO,** wg tabeli poniżej:

ZAKRES TEMATYCZNY	HASŁO
Hokej na lodzie	HOKEJ
Łyżwiarstwo szybkie i figurowe, short track	LYZWY
Skoki narciarskie, narciarstwo alpejskie i akrobatyczne, biathlon, biegi narciarskie, kombinacja norweska, snowboarding	NARTY
Wyniki uzyskane przez zawodników polskich	POLSKA
Transmisje telewizyjne	TV
Nazwiska zwycięzców w poszczególnych dyscyplinach	MEDALE
Ciekawe wydarzenia towarzyszące Olimpiadzie	INFO

1 Koszt wysłania SMS-a 9 zł +VAT,
2 Koszt wysłania SMS-a 0,50 zł + VAT
3 Koszt wysłania SMS-a 2 zł + VAT

Nowe roamingi w sieci IDEA

ROSJA
ZAO Smarts (Astrachań)
GSM 900/1800
Kod sieci: 250 07 (b)
Telefony: +7 8512 39 1090 (BOK); +7 8512 811 (inf. krajowa); +7 8512 812 (inf. międzynarodowa)
Rozmowy krajowe: 3,79 (2,45)
Rozmowy do Polski: 11,23

ROSJA
ZAO Smarts (Ufa)
GSM 900/1800
Kod sieci: 250 07 (c)
Telefony: 818 (informacja)
Rozmowy krajowe: 2,10
Rozmowy do Polski: 7,00
SMS (wychodzący): 0,53

ROSJA
ZAO Smarts (Wołgograd)
GSM 900/1800
Kod sieci: 250 07 (d)
Telefony: +7 8449 907 111 (informacja)
Rozmowy krajowe: 2,45 (2,14)
Rozmowy do Polski: 8,56

ROSJA
ZAO Smarts (Uljanowsk)
GSM 900/1800
Kod sieci: 250 07 (e)
Telefony: +7 8422 41 41 41 (BOK); 31 35 81 (informacja)
Rozmowy krajowe: 4,55
Rozmowy do Polski: 11,95

ROSJA
ZAO Smarts (Czeboksary)
GSM 900/1800
Kod sieci: 250 07 (f)
Telefony: 8 8352 09 (informacja)
Rozmowy krajowe: 2,72
Rozmowy do Polski: 9,36

ROSJA
ZAO Smarts (Orenburg)
GSM 900/1800
Kod sieci: 250 07 (h)
Telefony: 818 (inf. krajowa); 812 (inf. międzynarodowa)
Rozmowy krajowe: 2,23
Rozmowy do Polski: 12,41

ROSJA
ZAO Smarts (Jaroslaw)
GSM 900/1800
Kod sieci: 250 07 (i)
Telefony: 070 (informacja)
Rozmowy krajowe: 2,63 (1,96)
Rozmowy do Polski: 15,78 (12,04)

ROSJA
ZAO Smarts (Iwanowo)
GSM 900/1800
Kod sieci: 250 07 (j)
Telefony: 8 0932 416 159 (BOK)
Rozmowy krajowe: 2,23 (1,77)
Rozmowy do Polski: 11,59 (11,15)

ROSJA
Primtelefone
GSM 900/1800
Kod sieci: 250 92
Telefony: +7 4232 47 1313 (BOK); 09 (inf. krajowa)
Rozmowy krajowe: 2,14 (1,60)
Rozmowy do Polski: 10,70 (9,63)
SMS (wychodzący): 0,43

Igrzyska Olimpijskie w Salt Lake City

Dla tych z Państwa, którzy wybierają się na Igrzyska Olimpijskie do Salt Lake City, mamy ważną informację. Brytyjska firma Cellhire, która zajmuje się wynajmem aparatów telefonicznych iDEN (sieć Nextel obejmuje zasięgiem całe USA), przygotowała specjalną ofertę wynajmu telefonów na terenie Stanów Zjednoczonych. Jeśli jesteście Państwo zainteresowani wynajęciem telefonu iDEN, firma Cellhire dostarczy go do hotelu, w którym będziecie Państwo przebywać. Aby wynająć aparat telefoniczny za pośrednictwem firmy Cellhire wystarczy odwiedzić stronę internetową www.cellhire.com/saltlake i wypełnić stosowny formularz lub zadzwonić pod numer telefonu +1 310 228 9420 i dokonać zamówienia. Wszystkie informacje związane ze sposobem i ceną wynajmu telefonów iDEN, udziela firma Cellhire pod podanym wyżej numerem telefonu lub na swojej stronie internetowej.

STANY ZJEDNOCZONE AMERYKI
Nextel Int.
iDEN 800
Telefony: 1 800 404 8525 (BOK); + 1 303 889 1598 (inf. międzynarodowa)
Rozmowy krajowe: 2,46
Rozmowy do Polski: 6,16

Opłaty za połączenia w Rosji zależą także od odległości.
Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerem bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.pl).

Aby przybliżyć Państwu grupę kapitałową Orange, chcemy przedstawić niektórych operatorów z tej grupy. Dla tych z Państwa, którzy podróżują po całym świecie, z pewnością przydatne będą informacje o tych operatorach i usługach, jakie oferują oni dla przybyszów z innych krajów. W tym miesiącu przedstawiamy Globtel – partnera Idei na Słowacji.

Przedstawiamy Grupę Kapitałową Orange

Na narty z Globtelem

Agnieszka Bilska

France Telecom, który jest udziałowcem Telekomunikacji Polskiej S.A., od dłuższego już czasu zajmuje na świecie czołową pozycję wśród firm telekomunikacyjnych. Szacuje się, że we wszystkich swoich filiach France Telecom ma prawie 100 mln abonentów, a w 2001 r. przychody z działalności operacyjnej wyniosły 37,5 miliardów EURO.

France Telecom ma udziały w 75 krajach. W Europie są to m.in. Holandia, Niemcy, Włochy, Dania, Belgia, Portugalia. Z bardziej egzotycznych miejsc – Dominikana, Egipt, Jordania, Indie czy Gwadelupa.

W 1996 r. Francuzi zainwestowali w nową licencję GSM na Słowacji, działającą w częstotliwości 900MHz. Słowacka sieć Globtel rozpoczęła działalność w 1997 r. France Telecom uzyskał tu 35% udziałów, reszta przypadła firmom energetycznym i narodowemu operatorowi sieci stacjonarnej – SlovTel. W kraju, zamieszkiwanym przez 5,4 mln ludzi, Globtel posiada 56% udziału w rynku. W momencie, kiedy na Słowacji pojawił się Globtel, działająca tam już od kilku lat sieć EuroTel, posiadała prawie 33 tys. abonentów. Początkowo obie sieci oferowały usługi tylko w segmencie post-paid, jednak Globtel, jako pierwszy operator zaoferował swoim abonentom możliwość korzystania z kart pre-paid. Zaledwie w ciągu roku ich baza abonencka wzrosła do prawie 42 tys. klientów, aby w roku 2001 osiągnąć poziom 1 miliona użytkowników. Oznacza to, że w tym krótkim czasie Globtelowi udało się pozyskać więcej klientów, a tym samym udziałów w rynku, niż sieci konkurencyjnej w ciągu siedmiu lat działania. Sukces ten stworzył możliwość rozwoju sieci i tworzenia nowych serwisów i usług dla swoich abonentów.

Usługi i serwisy

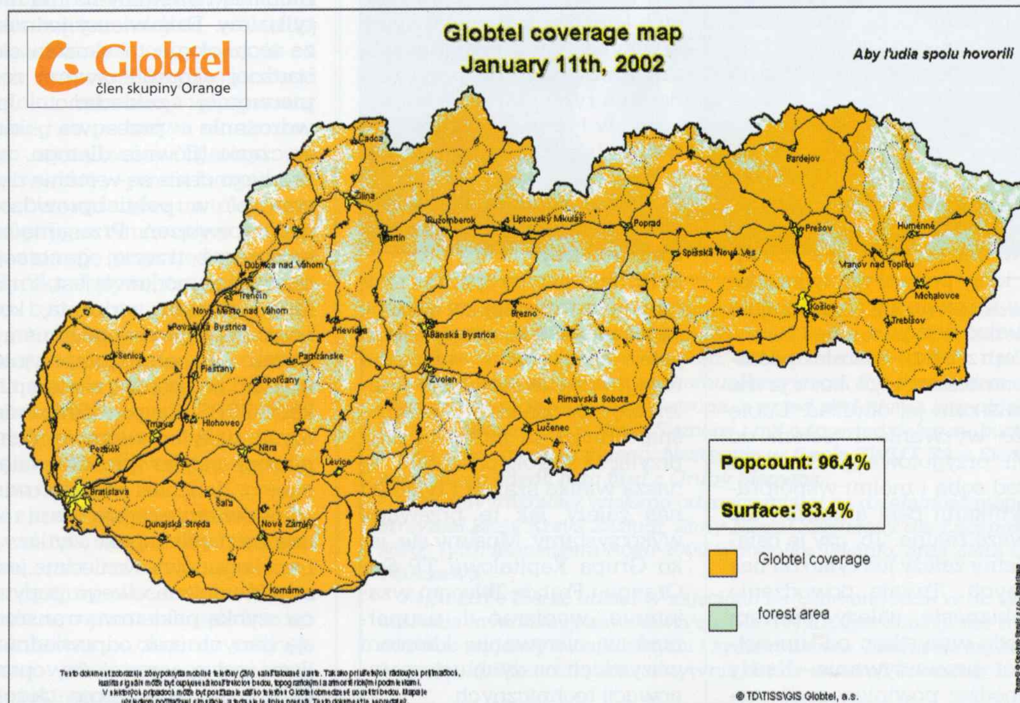
Globtel oferuje swoim abonentom cały szereg serwisów i usług. Również goście z zagranicy, którzy odwiedzają Słowację, mogą korzystać z takich serwisów, jak np. numer 999. Jest to numer Infocentrum, w którym pełnią dyżury agenci firmy. Pomagają załatwić ważne sprawy, takie jak rezerwacja hotelu lub biletów, udzielają informacji dotyczących transportu, prognozy pogody, kursów walut i imprez kulturalnych. Serwis dostępny jest 24 godziny na dobę, przez 7 dni w tygodniu. W 2000 roku Globtel uruchomił usługę „Telepayment", pozwalającą płacić rachunki i dokonywać wszelkich transakcji finansowych za pomocą swojego aparatu komórkowego. Dzwoniąc pod numer 9051 lub 9052, abonenci sieci Globtel mogą zamawiać przez telefon różne produkty w sklepach, które mają podpisaną umowę z operatorem. Globtel będzie także pierwszą na Słowacji siecią, która udostępni swoim klientom usługi GPRS. Operator podpisał porozumienie z Nokią, która ma dostarczyć rozwiązania dla sieci GPRS. Nowoczesna technologia pozwoli klientom Globtela korzystać z szybkiego i stałego połączenia z mobilnym internetem. Z sieci Globtel mogą również korzystać Użytkownicy POP wyjeżdżający na Słowację. Poniżej prezentujemy tabelkę z przydatnymi numerami telefonów i cenami.



Słowacja

GLOBTEL
GSM 900
Kod sieci: 231 01
Telefony: +421 905 905 905 (BOK); 121 (inf. krajowa); 0149 (inf. zagraniczna).
Rozmowy krajowe: 0,80 (0,49)
Rozmowy do Polski: 3,06 (2,03)
SMS (wychodzący): 0,50

Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerem bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.pl).



Przyszłość już się rozpoczęła

Wywiad ze Sławomirem Skrodzkim, nowym Prezesem PTK Centertel.



P: 20 grudnia 2001 roku Rada Nadzorcza powołała Pana na stanowisko Prezesa Zarządu i Dyrektora Generalnego PTK Centertel. Jakie są Pana związki z branżą telekomunikacyjną?

Sławomir Skrodzki: Od 1990 roku działam bardzo aktywnie na rzecz budowy i rozwoju polskiego rynku telekomunikacyjnego, najpierw pracując na stanowisku Dyrektora Sprzedaży w firmie Schrack Telecom później Ericsson.

Przed siedmioma laty powierzono mi stanowisko Dyrektora Generalnego Biura Telekomunikacji firmy Siemens i byłem odpowiedzialny za rozwój spółki w obszarze prywatnego rynku telekomunikacyjnego. Następnie w firmie ZWUT SA a Siemens Company pełniłem funkcję Prezesa Zarządu do chwili fuzji firm.

Praca dla tego koncernu pozwalała na poznawanie najnowocześniejszych technologii, procesów zachodzących w gospodarkach o globalnym działaniu oraz – oczywiście – zarządzania zmianami i procesami w czasie restrukturyzacji firmy. Wszystko w bezpośrednim kontakcie z kierownictwem najwyższego szczebla w koncernie. Są to wiedza i wartości, których nie zdobywa się nawet w najlepszych szkołach.

Rozstałem się z firmą w bardzo dobrej atmosferze, pozostawiając firmę ZWUT Sp. z.o.o. grupa Siemens w czasie, gdy osiągnęliśmy najlepsze wyniki handlowe i finansowe w jej historii. Potwierdzeniem tego jest uzyskanie tytułów „Firmy Roku" – Teleinfo 2000 oraz „Tytułu Największego Dostawcy" na polskim rynku telekomunikacyjnym w 2000 r.

P: Te doskonałe wyniki wpłynęły z pewnością na decyzję powierzenia Panu kierownictwa naszej Spółki.

S. S.: Jestem przekonany, że były także brane pod uwagę. Propozycja objęcia kierownictwa firmy to docenienie moich dotychczasowych osiągnięć, ale równocześnie wielkie wyzwanie, które traktuję bardzo poważnie. Uważam PTK Centertel za firmę o dużych możliwościach i wielkim potencjale rozwoju.

Od dawna obserwuję jej dynamiczny wzrost udziału w rynku telefonii mobilnej. Wiem jednak, że firmy, które tak szybko się rozwijają są bardzo trudne do opanowania organizacyjnie. Wiele procesów, które odbywają się często szybko, wymagają szybkich decyzji kadry kierowniczej oraz adaptacji struktur organizacyjnych. Tym większy jest mój podziw dla poprzedniego zarządu, który potrafił nie tylko zdobywać rynek, ale i harmonijnie rozwijać firmę.

Poprzeczka została postawiona bardzo wysoko, a ja nie zamierzam jej obniżać. Lubię duże wyzwania i jestem do nich przygotowany. Stawiam przed sobą i moimi współpracownikami cele ambitne, ale zawsze realne. To, czy je osiągniemy zależy już tylko od nas samych. Trwałe powodzenie w biznesie zależy bowiem przede wszystkim od umiejętności przewidywania. Każdy menedżer powinien znać wyzwania przyszłości zarówno bliższej, jak i dalszej, powinien ją współtworzyć i planować.

P: Jaki jest podstawowy cel, do którego dążyć będzie PTK Centertel z Panem, jako Prezesem, na czele?

S. S.: Bez wątpienia PTK Centertel powinien należeć do firm kreujących rynek telefonii komórkowej w Polsce. Udziałowcy i inwestorzy oczekują od nas dalszego dynamicznego powiększania udziału w rynku i zwiększania wartości przedsiębiorstwa. Wskaźnik EBITDA mamy w tej chwili niższy, niż nasi konkurenci i musimy go poprawić. Drogi są dwie: podwyższać przychody lub obniżać koszty. Oczywiście, obie te rzeczy będą robione jednocześnie, ale z naciskiem na powiększanie przychodów firmy.

Naszym celem jest wyprzedzanie rynku i konkurencji – dostosowanie oferty produktów i usług do potrzeb wszystkich klientów, zarówno indywidualnych, jak i biznesowych, tak, ażeby osiągnąć pozycję lidera na rynku telefonii komórkowej w Polsce w najbliższych dwóch-trzech latach.

P: Jak postrzega Pan miejsce naszej firmy w Grupie Kapitałowej?

S. S.: Jako jedyny operator telefonii komórkowej w Polsce jesteśmy częścią grupy oferującej praktycznie wszelkie usługi teleinformatyczne – telefonię stacjonarną i przenośną, dostęp do internetu oraz przyłącza szerokopasmowe. To nasza wielka szansa i tylko od nas zależy, jak tę przewagę wykorzystamy. Musimy się, jako Grupa Kapitałowa TP SA, Orange i France Telecom wzajemnie wspierać i uzupełniać w oferowaniu klientom wszystkich naszych usług i innowacji technicznych.

Czym będziemy w najbliższym czasie kusić nowych i utrzymywać dotychczasowych klientów?

S. S.: Dziś w telekomunikacji coraz bardziej liczą się kompletne, zintegrowane, konwergentne systemy z wzajemnie dopasowanymi komponentami. Dotyczy to produktów, aplikacji, a przede wszystkim usług. Przy ich wprowadzaniu dużą rolę będzie odgrywać wiedza i doświadczenie naszych Partnerów z grupy Orange, lidera telefonii komórkowej w Europie.

Na pewno będziemy kłaść duży nacisk na rozwijanie działań tzw. lojalnościowych – w sposobach obsługi i wzbogaceniu oferty dla naszych klientów indywidualnych, a szczególnie dla klientów biznesowych. Dlatego w każdym momencie musimy oferować klientom więcej, niż nasi konkurenci. Bitwa o rynek toczy się w tej chwili na płaszczyźnie oferowania dodatkowych usług i dodatkowych oszczędności czasu lub pieniędzy, dzięki korzystaniu z sieci o zasięgu globalnym. Już nie wystarczy, oferowanie telefonu jako narzędzia tylko do rozmawiania.

P: Jak w tym kontekście wygląda sprawa wprowadzenia UMTS-u?

S. S.: UMTS jest technologią najbliższej przyszłości telefonii mobilnej i czekamy na nią nie tylko my. Dziś wiemy jednak, że technologia ta okazała się bardziej skomplikowana, niż pierwotnie zakładano. Jej wdrożenie przesuwa się w czasie głównie dlatego, że producenci nie są w stanie dostarczyć w pełni sprawdzonych rozwiązań. Przesunięcie wdrożenia trzeciej generacji telefonii komórkowej jest, z naszego punktu widzenia, korzystne. Najpierw powinniśmy zacząć w pełni komercyjnie używać na szeroką skalę aplikacji GPRS w sieci GSM. I nie myślę tu tylko o stronie technicznej całego przedsięwzięcia – z tym nasi inżynierowie sobie świetnie radzą. Mam raczej na myśli aspekt użytkowy i marketingowy. Konieczne jest stworzenie masowego popytu na szybką pakietową transmisję danych oraz odpowiedniej ilości usług i serwisów, opartych o tę technologię. Jeżeli

ORDER UŚMIECHU

Podczas podniosłej uroczystości w Filharmonii Narodowej, w obecności około tysiąca dzieci, prezes PTK Centertel Sławomir Skrodzki został uhonorowany Orderem Uśmiechu. Jest to jedyne z odznaczeń, które otrzymuje się tylko na wniosek dzieci, a uhonorowany musi wypić puchar soku z cytryny i... mimo wszystko uśmiechnąć się. O randze tego wyróżnienia świadczy choćby to, że w ostatnich 30 latach otrzymało je dotąd zaledwie niewiele ponad 650 osób z całego świata, a wśród nich papież Jan Paweł II, Królowa Szwecji czy Pani Prezydentowa Jolanta Kwaśniewska.

sukcesem rynkowym będzie GPRS, to przejście do UMTS-u będzie łagodne i płynne. W przeciwnym wypadku rynek może nie zaakceptować tak szybko i masowo technologii UMTS. Gdyby wdrażanie w Polsce opóźniło się o jeden rok, na koniec roku 2004, będzie to dobry czas zarówno dla użytkowników, jak i dla operatorów. Wszyscy będziemy lepiej przygotowani, i technicznie i organizacyjnie, a ponadto zapewni to nam bezpieczeństwo inwestycji, jakie wiążą się z uruchomieniem telefonii trzeciej generacji.

P: Przejmuje Pan firmę w trudnym dla polskiej i światowej gospodarki momencie. Czy rynek telekomunikacyjny, a Idea w szczególności, nie dadzą się recesji?

S. S.: Uważam, że telekomunikacja i teleinformatyka mają tak ważne miejsce w każdej nowoczesnej gospodarce, że od ich rozwoju zależy stan całego rynku. Informacja i jej sprawny obieg to podstawa skutecznego zarządzania. Dlatego nie przewiduję – w skali ogólnej – cięcia wydatków na telekomunikację, a tym samym zmniejszania się przychodów naszej Spółki. Jedyne, co nam grozi, to być może nie tak szybki i intensywny rozwój, ale załamania popytu na nasze usługi na pewno nie będzie. W najgorszym przypadku, rok 2002 będzie porównywalny z rokiem 2001. Inwestycje na telekomunikację w skali całego kraju nie zostaną zmniejszone, a od nas samych będzie zależeć, jaki kawałek tego tortu wykroimy dla siebie. Nasze cele są w tym zakresie bardzo konkretne – chcemy oczywiście wykroić więcej niż nasi konkurenci. ■



Prezes Zarządu PTK Centertel Sławomir Skrodzki ma wykształcenie wyższe elektroniczne – studiował na Politechnice Warszawskiej na Wydziale Elektroniki (specjalizacja: radiokomunikacja) oraz na Wyższej Uczelni Technicznej w Aachen, w Niemczech. Od 1990 r. działa bardzo aktywnie na rzecz budowy i rozwoju polskiego rynku telekomunikacyjnego. Był dyrektorem sprzedaży w firmie Schrack Telecom, wykupionej później przez Ericssona, a przed siedmioma laty objął stanowisko dyrektora generalnego biura telekomunikacji firmy Siemens i był odpowiedzialny za budowę i rozwój w obszarze prywatnego rynku telekomunikacyjnego. Następnie w firmie ZWUT SA a Siemens Company pełnił funkcję prezesa zarządu do chwili fuzji firm z Grupy Siemens.

Został wyróżniony wieloma odznaczeniami za działalność menedżerską i społeczną, między innymi otrzymał Złoty Krzyż Zasługi, Złoty Medal Zasłużony dla Łączności, Order Uśmiechu, Byka „Sukcesu" 2000, Tytuł Menedżera Roku 2000 tygodnika Teleinfo, oraz Złotą Odznakę Honorową Klubu CWKS Legia Warszawa.

Regularnie bierze udział w zajęciach na Uniwersytecie w St. Gallen w Szwajcarii w celu stałego podnoszenia kwalifikacji zawodowych. Ma 44 lata, jest żonaty, ma troje dzieci. Wolny czas poświęca na wspólne wyjazdy z najbliższymi i życie rodzinne. Interesuje się literaturą piękną, dużo podróżuje, gra w tenisa i piłkę nożną oraz aktywnie działa w sekcji kolarskiej Legii.

Twarzowy ekslibris

Gładka, lśniąca obwoluta. Albo szorstka z szarym płótnem. A może skórzana, z wytłoczonymi złotymi literami? Za każdą z nich kryje się inny świat, pełen najróżniejszych postaci, zdarzeń, krajobrazów. Szeleszczą niecierpliwie przewracane kartki. Co też się stanie na następnej stronie? Czy królewicz znajdzie właścicielkę złotego pantofelka? Czy zła królowa na zawsze zawładnie sercem Kaya? Jakiego fortelu użyje Kot w Butach? Ty, drogi czytelniku, miałeś szansę się przekonać. Czy mają ją także twoje dzieci?

MAŁGORZATA WĘGRZECKA

Sekrety urody

Każde dziecko jest piękne. Nawet jeśli jego uroda odbiega nieco od przyjętych wzorców, i tak jest piękne. Tak przynajmniej uważają jego rodzice. A im dłużej tak myślą, tym dłużej ono także jest przekonane o swojej wyjątkowości. I bardzo dobrze! A co ma wpływ na urodę? Badania specjalistów i wieść gminna niosą, że oczywiście geny! Przecież to one decydują o kolorze oczu, włosów, kształtują nosy, czoła, usta. Dla wielu zresztą powodem do dumy jest fakt, że dziecko to wykapany tatuś albo wypisz wymaluj mamusia. Tak więc nikt nie ma wątpliwości, skąd się wzięły blond loczki, alabastrowa cera albo piegi. Ale czy to na pewno koniec? Czy nie można w żaden inny sposób wpłynąć na urodę? Oczywiście, że można! I nie chodzi tu bynajmniej o ingerencję chirurga plastycznego. Chodzi o książki! Bo, jak mądrze podpowiadają słowa piosenki, „jeśli za mało książek znasz, to to wychodzi ci na twarz!" Smutne TO, ale prawdziwe. Wystarczy spojrzeć! Niestety, z obawy przed ewentualnymi konsekwencjami, nie posłużę się tutaj odpowiednimi przykładami i nie podam nazwiska szefowej mojej przyjaciółki, nie powiem, który z polityków przychodzi mi właśnie na myśl, ani gdzie trzej smętni panowie o 9. rano popadają w zadumę nad życiem i piwem. Rzeczywistość wydaje się jeszcze bardziej brutalna, gdy się pomyśli, że szefowa mojej przyjaciółki ma dzieci, polityk i smętni panowie też. Na szczęście znane są przypadki, kiedy zbuntowane latorośle, mimo niesprzyjających warunków, wychodziły jednak na ludzi. Im nie można było tej drogi ułatwić. Ale można to zrobić dla innych dzieci. Niech także będą piękne! Niech ich rysom doda szlachetności czarująca „Królewna Śnieżka" albo umo-rusany „Kopciuszek". Chociaż obie baśniowe bohaterki nie miały łatwego życia, to jednak w końcu spotkały swoich królewiczów i żyły długo, i szczęśliwie. Cudownie jest móc po dziecięcemu wierzyć w happy endy. Świat od razu wydaje się piękniejszy.

Piękno, jak wiadomo, ma wiele twarzy. W dosłownym i przenośnym znaczeniu. Piękno buzi dziecka, które jest pochłonięte lekturą, antycypuje inne piękno, milion razy ważniejsze od gładkich rysów i fantazyjnych loczków. Chodzi o wewnętrzne piękno, dzięki któremu nie jesteśmy zamkniętymi na wszystko i wszystkich egocentrykami, potrafimy współodczuwać, jesteśmy wrażliwi na cierpienie i niesprawiedliwość. Przeżywamy radość, smutek, zachwyt, lęk, złość i rozczarowanie. Bo okazywania emocji i zrozumienia dobrze jest się uczyć od najmłodszych lat. Pamiętasz, Drogi Czytelniku, jak chichotałeś czytając „Kaczkę Dziwaczkę" czy „Słonia Trąbalskiego"? Albo radosną zabawę, kiedy razem z Panem Hilarym szukałeś okularów? Co czułeś, podróżując z „Małym Księciem"? A ten bezmierny smutek po lekturze „Dziewczynki z zapałkami"? Ileż to rzewnych łez wylałeś nad losem „Brzydkiego Kaczątka"? I chociaż przez lata zacierają się fakty i może nie potrafisz już ze szczegółami opowiedzieć poznanych w dzieciństwie historii, one nie przepadły w otchłani niepamięci. Nagrały się na taśmę Twoich wspomnień razem z uczuciami, które wtedy Ci towarzyszyły. Ukształtowały Twoje wewnętrzne piękno. Dokładnie w taki sposób, w jaki teraz kształtują wrażliwość Twojego dziecka. Jeśli je czyta...

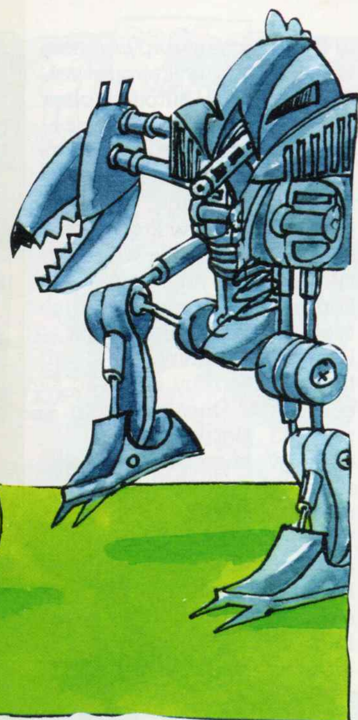




M. BRUCHNALSKI

Zalety umysłu

Wszem i wobec wiadomo, że żadne dziecko nie rodzi się profesorem. Prawda to banalna i aż dziw bierze, jak często dorośli o niej zapominają. Chodzi po prostu o uświadomienie sobie, że noworodek naprawdę nic nie wie, a fakt, że ma „wdrukowaną" wiedzę genetyczną, o niczym jeszcze nie decyduje. Dziecko nie wie



M. BRUCHNALSKI

zatem, co jest dobre, a co złe, komu można zaufać, a kogo unikać, kto zrobi mu krzywdę, a kto pomoże, kto je naprawdę lubi, a kto tylko udaje. Skoro więc nie wie tych i mnóstwa innych rzeczy, musi się ich nauczyć. I tutaj zaczyna się problem. Bo niby skąd ten ledwo od ziemi odrastający maluch ma czerpać wiedzę o świecie? Na początku oczywiście od rodziców. Nie zawsze jest możliwe zastosowanie tego wariantu, bo mama i tata, zajęci zarabianiem pieniędzy na swoje i malucha zabawki, często nie mają czasu na przeobrażanie się w nauczycieli. Opiekunki i dziadkowie też nie zawsze najlepiej sprawdzają się w roli profesorów. Pozostają więc telewizja i komputer.

Wyobraź sobie, Drogi Czytelniku, że tak właśnie wyglądają Twoje dzieciństwo i młodość. Lawirujesz zgrabnie między dwoma ekranami. Co zatem wiesz o świecie i relacjach międzyludzkich? Wiesz sporo. Na przykład to, że wszelkie problemy możesz rozwiązać za pomocą pięści, kija lub karabinu. Nie zawahasz się przed użyciem żadnego z tych „argumentów", bo skoro bohaterom, oglądanych przez Ciebie bajek nic się nie dzieje, to Twój kolega także wyjdzie z potyczki bez szwanku. W przerwie na reklamę dowiadujesz się, jakie są ostatnie trendy obowiązujące w zabawkarskiej modzie. Chłopcy z dumą zerkają na supernowoczesne roboty, dziewczynki wygładzają loki chorym na anoreksję lalkom. Po przerwie wracasz do animowanego westernu. Nie masz wątpliwości, kto jest zły, a kto dobry, więc nie musisz rozwiązywać żadnych dylematów. Kiedy skończą się kreskówki, zawsze można obejrzeć prawdziwy film, taki dla dorosłych. Z kasety albo z kabla. A i taka produkcja niesie w sobie jakąś naukę. Dowiadujesz się, na przykład, że nigdy przenigdy nie należy wchodzić w drogę mafii. To nic, że na razie nie rozumiesz, co to mafia. Ważne, że wiesz, na czym polega zemsta, że ktoś, kto chciał wydać gangsterów, musi zginąć. I nie pomoże mu nawet program ochrony świadków. Twojemu koledze, który ostatnio doniósł na Franka, że zabiera pieniądze pierwszakom, też już nic nie pomoże. Po filmie, kiedy niepokojąco zbliża się godzina powrotu rodziców, najwyższy czas wyłączyć telewizor i zasiąść przed komputerem. W imponującym tempie pokonujesz kolejne poziomy, giną kolejne potwory...

Jak się do tego ma wiedza, którą dysponuje Kubuś Puchatek albo miś Paddington? Czego mógłbyś/mogłabyś się nauczyć od Muminków czy dzieci z Bullerbyn? A jeśli nawet jesteś starszy od Mikołajka, to czy zaimponuje ci seria przygód Marka Piegusa albo wędrówki Tomka po różnych kontynentach? Postawisz na Tolka Banana czy znajdziesz sposób na Alcybiadesa? A Ty, dziewczynko? Jak myślisz, jakie prawdy próbuje ci przekazać Śpiąca Królewna, Calineczka albo Księżniczka na ziarnku grochu? A może ty też już wyrosłaś z „Tajemniczego ogrodu" i przeżywasz dylematy wieku dziewczyńskiego? Jeśli nie rozumiesz Ani z Zielonego Wzgórza, może byłoby ci łatwiej, gdybyś wiedziała, jak sobie radzą z problemami bohaterki „Słoneczników", „Zapałki na zakręcie" czy „Kwiatu Kalafiora"? Jaka wiedza kryje się na kartach tych książek? Och! Nic nadzwyczajnego! Można się z nich dowiedzieć czegoś o przyjaźni, miłości, lojalności... Ale przecież Ty już wiesz, kto jest dobry, a kto zły. Wczoraj było o tym w filmie. I przynajmniej coś się działo – dużo strzelali...

Poczytaj mi mamo

Tak właśnie brzmiał tytuł serii książeczek, które pamiętam z dzieciństwa. Pamiętam ich kształt – sztywne tekturowe okładki i takież strony. Pamiętam też uczucie radości, kiedy mama przerywała jakieś swoje zajęcia i wołała mnie na „czytanki". Tak to nazywała. Potem, kiedy zaczęłam sama składać literki, wspólne czytanie się skończyło. Dzisiaj wiem, że to niedobrze. Dlaczego? Zacznijmy od początku.

Dla malucha świat słów stanowi skomplikowaną zagadkę. Zwłaszcza kiedy nie potrafi sam czytać, a litery to dla niego rzędy tajemniczych znaków. Podobnie jak my, kiedy uczymy się obcego języka – na początku słyszymy ciąg nic nie znaczących dźwięków. Dzieci też nie rodzą się z wiedzą, co to znaczy krowa czy liść. Dowiadują się tego od nas. Uczą się, kolejnych słów i poprawnego akcentu. Im wcześniej więc zaczynamy czytać dziecku, tym łatwiej oswaja się ono z labiryntem nieznanych mu brzmień. Wprost nieocenione są w tym momencie wiersze Brzechwy czy Tuwima. Rym i rytm ułatwiają zrozumienie treści, niepostrzeżenie wpadają w ucho, zostają w pamięci. Już po kilku dniach serce rośnie, gdy słyszymy malucha recytującego podczas zabawy: „entlicek-pentlicek, celwony stolicek...". Niektórzy rodzice wpadają wtedy w pułapkę własnych ambicji i czym prędzej uczą zdolnego czterolatka literek. Postępując w ten sposób, można oddać dziecku wilczą przysługę i najzwyczajniej



M. BRUCHNALSKI

w świecie zniechęcić je do czytania. W tym wieku maluch dwa, a nawet trzy razy więcej rozumie, gdy słucha. Jak łatwo obliczyć, dwa, a nawet trzy razy mniej rozumie, gdy czyta sam. Bo to dla niego zbyt duży wysiłek. Nie przyśpieszajmy więc na siłę rozwoju naszych pociech, a kiedyś będą nam za to wdzięczne.

Dlaczego nie trzeba przerywać głośnego czytania, gdy dziecko radzi już sobie samo? Powodów jest kilka, a każdy tak samo ważny. Nie lekceważę oczywiście wspomnianego rozumienia tekstu, z którym nawet dorośli mogą mieć problemy, czy też nieocenionego wprost wzbogacania słownictwa. Najistotniejsze wydaje się jednak poczucie bezpieczeństwa. Dzieci wprost uwielbiają, kiedy czyta im się na głos. Czują się wtedy ważne, kochane i mądre, z każdą chwilą mądrzejsze. Cała ta sytuacja kojarzy się, ze wszystkim, co przyjemne – bo czy w objęciach mamy można czuć jakieś zagrożenie? To także idealny sposób, w który tata może okazać dziecku, że się o nie troszczy, że je kocha (jak wiadomo panowie często mają problemy z okazywaniem uczuć). I nie ma sensu się denerwować, że czytamy tę samą książkę po raz setny. Przecież to nie wyścigi. Nie chodzi o to, żeby pochwalić się znajomym, że przeczytaliśmy dziecku 5 książek w tym tygodniu. Chodzi o to, by mały odbiorca miał wystarczająco dużo czasu na identyfikację z wybranymi przez siebie postaciami, żeby zrozumiał, co i dlaczego im się przydarza. Z tego też powodu dobrze by było uzbroić się w cierpliwość, kiedy podekscytowany kilkulatek wciąż przerywa lekturę pytaniami. Przecież dziecko pyta nie po to, by wyprowadzić dorosłego z równowagi, ale by uzyskać satysfakcjonującą odpowiedź.

Kiedy kończy się głośne czytanie? Moja przyjaciółka przestała czytać swoim dzieciom, kiedy najstarsze miało 15 czy 16 lat. Dokładnie nie pamiętam. Dlaczego kultywowała rodzinny zwyczaj tak długo? Bo odkryła, że to nieocenione źródło wiedzy o dzieciach. Podczas wspólnej lektury „Robinsona Crusoe", „Lalki" czy „Hrabiego Monte Christo" dowiedziała się, co myślą jej pociechy na temat postaw bohaterów, dlaczego niektóre z nich negują, a niektóre uważają za godne pochwały. Obserwacje były tym cenniejsze, że sądy dzieci nie zawsze pokrywały się ze zdaniem rodziców, co dawało przyczynek do interesujących dyskusji. Moja przyjaciółka wie, co myślą jej dzieci. A ty, Drogi Czytelniku, czy wiesz, co myślą Twoje dzieci?



Harry Potter na stos?!

Amerykańscy wyznawcy Chrystusowej Wspólnoty Kościelnej z miejscowości Alamogordo w stanie Nowy Meksyk, nie poddali się magicznej aurze książek Joanne Rowling. Proboszcz parafii zaapelował do wiernych, by stawili się na publiczne palenie książek. Zdaniem wielebnego opowieści o Harrym Potterze „zachęcają dzieci i młodzież do zapoznania się z praktykami czarownic, czarnoksiężników i czarną magią. Jako takie deprawują ich wyobraźnię i są obrazą Stwórcy". Młody czarodziej nie spotkał się także z sympatią w Australii. Z powodu zarzutów o propagowanie okultyzmu i czarnoksięstwa, film został zakazany przez kilkadziesiąt szkół prowadzonych przez Kościół Adwentystów, a książkę wycofano z bibliotek.

W Polsce na szczęście nie doszło do podobnych incydentów. To najlepszy dowód na to, że u nas te książki zostały przeczytane. Nie można jednak powiedzieć, że Harry został przyjęty w naszym kraju bez słowa krytyki. Uczeni dorośli wyciągnęli przeciwko niemu przeróżne działa argumentów – na przykład, że proza Rowling jest wtórna, nie rozwija wyobraźni, uczy krętactwa, że proponuje niemoralny podział świata na lepszych i gorszych, czyli czarodziejów i mugoli, i wreszcie, że to komercyjna pułapka masowej kultury, na której wszyscy, łącznie z autorką, chcą się wzbogacić. Cóż... Odpowiedzią na wszystkie zarzuty są iskrzące radością oczy czytelników. Potężna część tej grupy to dzieci, które wcześniej widziały drukowane litery głównie na klawiaturze komputera. To niezwykła siła tych książek, a nie fantazyjna kampania reklamowa, skłoniła je do tego, by oderwać się od ekranu. Pierwszy tom przygód Harry'ego, wydany w kwietniu 2000 roku, kupiło niewiele ponad 5 tysięcy osób. W ciągu następnych czterech miesięcy liczba ta wzrosła do 150 tysięcy. Potter podbił publiczność bez reklamy – zadziałała dziecięca poczta pantoflowa. Na Pierwszy Zlot Magicznych Ludzi do warszawskiej Stodoły przyjechało około 1500 osób. To więcej niż przeciętna liczba czytelników polskiej powieści współczesnej. A i tak co najmniej sto razy mniejsza niż liczba fanów Pottera w Polsce. Skoro więc zapaliła się czytelnicza iskierka, może lepiej nie gaśmy jej krytycznymi opiniami. Jest przecież nadzieja, że zamieni się w płomień i ogarnie także inne książki. A wszyscy, którzy wciąż powątpiewają w moc Harry'ego Pottera, niech przeczytają opis życia mugoli. Natychmiast poczują się czarodziejami.

Co w prasie piszczy?

O ile w książkowym czytelnictwie trudno mówić o sukcesach, o tyle rynek prasowy ma się zdecydowanie lepiej. Głównie, ten przeznaczony dla nastoletnich odbiorców. Ci trochę młodsi mają zdecydowanie gorzej. Wprawdzie maluchy wciąż mogą sięgnąć po mądrego i dobrego graficznie „Misia", a ci trochę starsi – po dzielnie kultywujący swoje tradycje „Świerszczyk", ale na tym koniec (kiedyś był jeszcze nieodżałowany „Pentliczek", którego nie sposób nie wspomnieć, bo był wyjątkowy, jedyny w swoim rodzaju...). A reszta? Reszta to jednolita, disneyopochodna masa, ster-



M. BRUCHNALSKI

ta podobnych do siebie, jak dwie krople wody, pisemek. Nie mam, broń Boże, nic przeciwko Disneyowi! Wręcz przeciwnie – uwielbiam go! Chodzi mi jedynie o różnorodność. Dzieci nie mają przecież wyrobionego poczucia estetyki, jeżeli więc będą je kształtować wyłącznie w oparciu o wizerunek Myszki Miki, marne są szanse na to, że w przyszłości spodoba im się coś poza Warholem. A przecież miło by było, gdyby potrafiły docenić także Boscha czy Moneta.

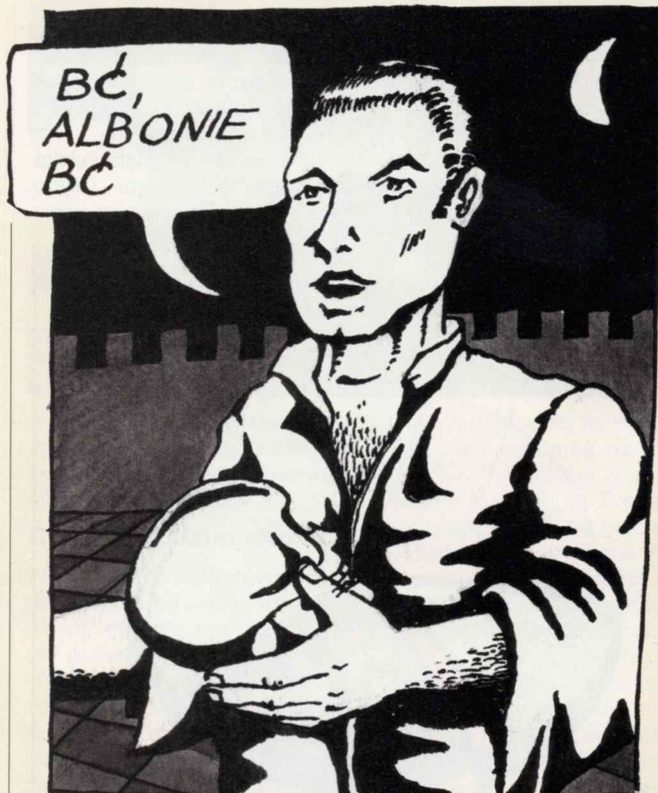
Nad treścią disneyowskich pisemek nie zamierzam się rozwodzić. Bo to byłaby dyskusja nad wyższością wierszyka czy baśni nad malowanką czy matematyczną zgadywanką. Każda z tych rzeczy jest przecież potrzebna. Byle we właściwych proporcjach. A propos baśni, przypomniało mi się, że w zeszłym roku „Świerszczyk" rozpoczął na swych łamach nową akcję. Pod hasłem „Czytam głośno" ukazują się w pisemku baśnie, bajki i opowiadania. Chodzi o to, by starsze rodzeństwo czytało młodszemu. Niezwykle cenna inicjatywa. A wracając do wydawnictw disneyopochodnych, przychodzi mi do głowy jeszcze jeden zarzut. Są one mianowicie zaprzeczeniem tego, o co chodzi każdemu wydawcy gazet – o identyfikowanie się z tytułem. Bo jak tu powiedzieć z dumą – czytam tylko „Kaczora Donalda". Ale którego?

A co słychać w prasie młodzieżowej? Tutaj o wiele łatwiej identyfikować się z tytułem. Jedni czytają „Filipinkę" i „Dziewczynę" inni „Twista", „Nicole" i różne mutacje „Brava". I nie ma sensu czepiać się, że jedne prasowe propozycje są na wyższym poziomie, pisane staranniejszym językiem, inne zaś chwilami wołają o pomstę do nieba. Jeśli chodzi o poziom, każdy z nastolatków wybierze pismo jemu najbliższe. Najważniejsze jest to, by było ono zadowalającym uzupełnieniem wiedzy, której nie można zdobyć w domu ani w szkole – co się teraz nosi, jakie są najświeższe plotki o gwiazdach, jak się zachować na pierwszej randce i do czego służy prezerwatywa. To wiedza absolutnie niezbędna do normalnego funkcjonowania w świecie i dobrze, że nastoletni buntownicy mają ją gdzie zdobyć.

Czytanie surowo wzbronione!

Wydawać by się mogło, że księgarnia to jedno z najbezpieczniejszych miejsc na świecie. Okazuje się jednak, że nawet w świątyni książki czekają na czytelników podstępne pułapki. Jedna z nich została zastawiona na półce z literaturą dla młodzieży. Nazywa się bardzo kusząco – „Dramaty Szekspira" i należy do serii o wielce obiecującej nazwie „Złota dziesiątka". Nic więc dziwnego, że sięgnęłam po książkę, chociaż jak na pozycję zawierającą 10 najlepszych, zdaniem autora antologii (Terry Deery), dramatów mistrza, wydawała się podejrzanie cienka. Otworzyłam na chybił trafił i pierwsza strona, jaką przejrzałam, niezmiernie mnie ucieszyła. Były na niej ciekawostki z życia genialnego pisarza i test sprawdzający wiedzę o dramacie, zamieszczonym wcześniej. Niestety, moja radość nie trwała długo, ponieważ postanowiłam przypomnieć sobie ulubione fragmenty wspomnianego dzieła. Okazało się to niemożliwe. Tragedia „Romeo i Julia" została przedstawiona na mniej więcej 4 (!) stronach w formie... komiksu! Z opisu postaci dowiedziałam się, że, gdyby Romeo żył dzisiaj, „(...) pasjonowałby się samochodami wyścigowymi, byłby kibicem Legii i chodziłby do pubów", Julia natomiast „zbierałaby fotosy boy's bandów, biegała do dyskoteki, do butików z ciuchami i godzinami wisiała na telefonie". Jednak prawdziwy szok czekał na mnie przy pierwszym spotkaniu pary słynnych kochanków. „O rany! Ale laska!" – zakrzyknął Romeo. „Jejku, co za facet!" – zawtórowała Julia. Wtedy ich wierni towarzysze poskromili miłosne zapędy. „To cholerna Kapuletówna, stary – uświadomił Romea Mercutio. „To Montagu, cielęcino. Zabiję go, dobra?" – zaproponował Tybalt. Półtorej strony potem był już koniec dramatu, bo Julia przebiła się sztyletem (!?). Także postanowiłam zadać sobie cios i powodowana masochizmem odnalazłam w spisie treści „Hamleta". Śpieszę zatem donieść, że wspomniany utwór to kilkustronicowy kryminalik, w trakcie którego jakiś inspektor rozwiązuje zagadkę paru zgonów. Natomiast słynna kwestia występuje w formie: „B-Ć czy nie B-Ć? Oto jest pytanie?" i pojawia się jako ostatnie zdanie. Przy czym B-Ć to nazwa formularza, który wypełnia się, gdy zostanie popełnione morderstwo. Na przejrzenie pozostałych utworów nie miałam już siły. Należy jedynie dodać, że we wspomnianej serii ukazały się także „Mity greckie" i „Opowieści biblijne". Nie odważyłam się po nie sięgnąć.

Mimo przeróżnych pomyłek wydawniczych, miło jest zawiesić oko na jakiejś drukowanej opowieści i zarazić książkową manią nasze pociechy. To wcale wiele nie kosztuje – przecież wciąż są biblioteki. Jeżeli teraz zainwestujemy w dzieci, potem będziemy mieli mądrych polityków, wrażliwych lekarzy, kompetentnych urzędników, wykształconych nauczycieli, życzliwych sąsiadów... I będziemy mieli czyste sumienie, że zrobiliśmy wszystko, by w przyszłości nasze dziecko nie powiedzia ło, że Hugo czy Schiller to piłkarze, a Macondo to jedna ze wschodnich sztuk walki. ■



M. BRUCHNALSKI

Cała Polska czyta dzieciom?

W przeważającej części polskich rodzin, przynajmniej kilka razy w tygodniu czyta się dzieciom na głos lub czytało książki, kiedy dzieci były młodsze. Jednak mniej więcej w co dziesiątym domu, w którym są dzieci dopiero zaczynające naukę (10%) lub młodsze (13%), dorośli w ogóle nie mają na to czasu.

Latem ubiegłego roku rozpoczęła się w Polsce akcja „Cała Polska czyta dzieciom". Kampanię pod takim hasłem zorganizowała Fundacja ABC XXI – Program Zdrowia Emocjonalnego. Centrum Badań Opinii Społecznej przeprowadziło badania, aby sprawdzić, czy w polskich rodzinach istnieje zwyczaj głośnego czytania dzieciom, jak często dorośli czytają dzieciom książki, co im czytają, a także czy sami sięgają po książkę dla własnej przyjemności.

Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia" przeprowadzono w dniach 3-6 sierpnia 2001 r., na reprezentatywnej próbie losowo-adresowej dorosłej ludności Polski (N=964).

Czy czytamy dzieciom książki

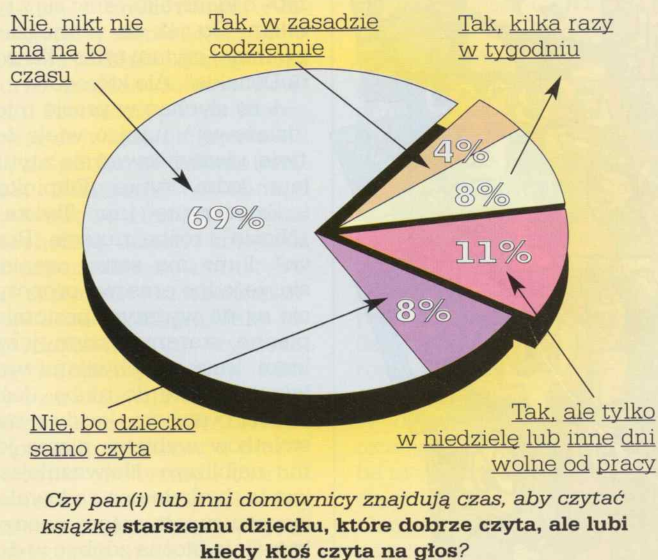
Z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że dzieci, przyzwyczajone od wczesnego dzieciństwa do kontaktu z książką, mają większą szansę stać się aktywnymi czytelnikami niż ich rówieśnicy, pozbawieni takich doświadczeń.

Respondentów, którzy w swoich gospodarstwach domowych mają dzieci w wieku szkolnym i młodsze, ankieterzy CBOS zapytali, czy i jak często w ich rodzinach dorośli czytają dzieciom książki.

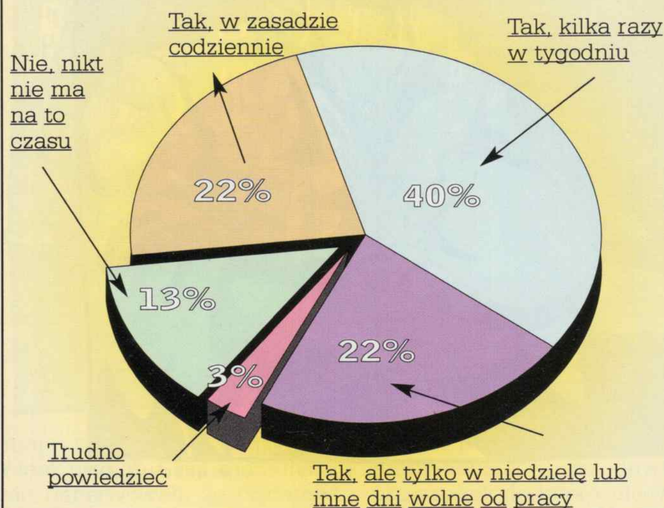
Hasło kampanii „Cała Polska czyta dzieciom" brzmi „Czytaj swojemu dziecku na głos przez 20 minut dziennie". Z deklaracji badanych wynika, że w codziennej praktyce hasło to realizuje ponad jedna piąta (22%) rodzin, w których jest małe dziecko, nieumiejące jeszcze czytać. W dwóch piątych takich domów (40%) dorośli czytają swoim pociechom na głos kilka razy w tygodniu.

Prawie co ósme małe dziecko (13%) wychowuje się bez kontaktu z książką, a mniej więcej co piąte (22%) ma z nią styczność raczej sporadycznie. Istnieją jednak różnice środowiskowe – bez książek wychowuje się jedna piąta dzieci wiejskich, a ponad jedna czwarta ma z nią sporadyczny kontakt. Natomiast w miastach, w przeważającej części rodzin, dzieci mają regularny kontakt z książką. Istnieje też zależność między czytaniem małym dzieciom a wykształceniem badanych. Regularny kontakt z książką zdecydowanie częściej mają dzieci w rodzinach osób z wyższym wykształceniem niż w pozostałych.

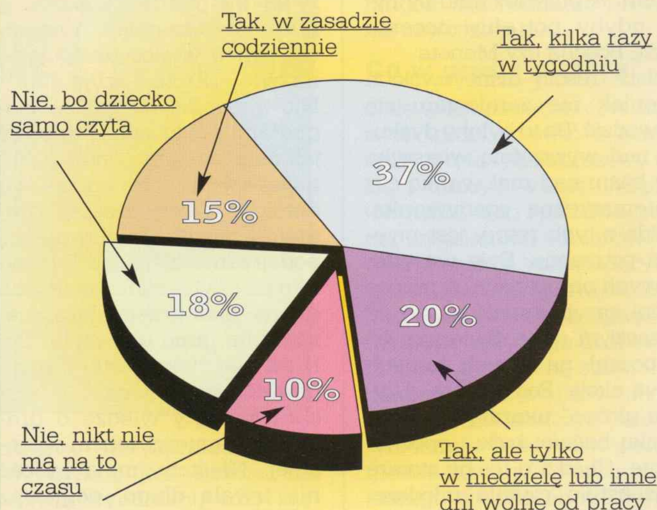
Z chwilą, gdy dziecko zaczyna samodzielnie czytać, lektorska aktywność rodziców wy-



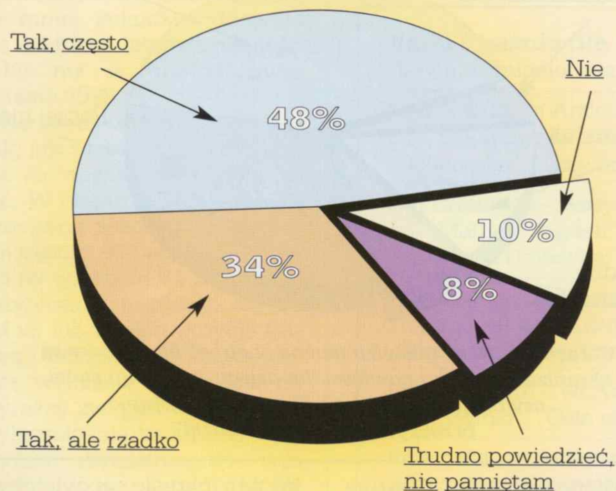
Czy pan(i) lub inni domownicy znajdują czas, aby czytać książkę **starszemu dziecku, które dobrze czyta, ale lubi kiedy ktoś czyta na głos?**



Czy pan(i) lub inni domownicy znajdują czas, aby czytać książkę **małemu dziecku, które jeszcze nie potrafi czytać?**



Czy pan(i) lub inni domownicy znajdują czas, aby czytać książkę **dziecku, które dopiero uczy się czytać?**



Czy w okresie, kiedy Pana(i) dziecko/dzieci było(y) młodsze, Pan(i) lub inni domownicy czytał(a) im książki?

raźnie spada. Prawdopodobnie dorośli chcą w ten sposób zmusić do samodzielnej lektury. Wskazuje na to fakt, że niemal jedna piąta (18%) respondentów, posiadających w rodzinie dziecko, które uczy się samodzielnie czytać, stwierdza, że dorośli nie czytają dziecku książek, ponieważ ono samo sięga po lekturę.

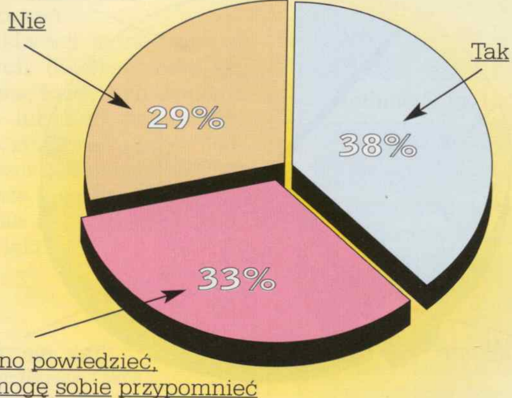
Z badań CBOS wynika, że wprawdzie w przeważającej części rodzin dorośli przynajmniej kilka razy w tygodniu znajdują czas na głośne czytanie małemu dziecku, jednak zwyczaj głośnego czytania nie jest praktykowany w polskich rodzinach. Łącznie, ponad trzy czwarte (77%) ankietowanych, mających dzieci, które opanowały już naukę czytania, deklaruje, że w ich rodzinach nikt nie ma czasu na głośne czytanie książek dzieciom lub nie jest to praktykowane, ponieważ dzieci czytają same.

Blisko połowa badanych (48%), mających w rodzinie dzieci od 15 do 19 lat, deklaruje, że kiedy były one młodsze, często czytano im książki, a jedna trzecia (34%) przyznaje, że zdarzało się to raczej sporadycznie. W co dziesiątej rodzinie (10%) domownicy w ogóle nie czytali dzieciom na głos.

Ogólnie można stwierdzić, że chociaż do rzadkości należą rodziny, w których dzieciom wcale nie czyta się książek, to również codzienne, systematyczne czytanie na głos nie należy do zajęć powszechnych. Trzeba jednak wyraźnie podkreślić, że sondaż był realizowany na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków, a nie na reprezentacji rodzin z dziećmi.



BE&W



Czy jest taka książka lub książki, którą/które chciał(a) by Pan(i) polecić innym rodzicom, aby koniecznie przeczytali dzieciom?

Co czytać dzieciom

Wszystkich ankietowanych, niezależnie od tego, czy mają dzieci, czy też nie, zapytano, czy istnieje taka książka, którą chcieliby polecić innym rodzicom, aby koniecznie przeczytali swoim dzieciom. Opinie na ten temat są wyraźnie podzielone. Jedna trzecia ankietowanych nie może sobie przypomnieć takiej książki, niewiele mniejszy odsetek twierdzi, że nie zna książki godnej polecenia. Tylko niespełna dwie piąte respondentów (38%, tj. 364 osoby) deklaruje, że zna książki, które zasługują na to, aby rodzice koniecznie przeczytali je swoim dzieciom. Preferencje w tym zakresie są bardzo różnorodne i rozproszone. Wśród wymienionych tytułów dominują bajki i baśnie oraz książki dla najmłodszych czytelników. Jest to dość oczywiste, skoro ankieterzy pytali o książki dla dzieci i to w kontekście czytania na głos. Nie zabrakło jednak pozycji, które roboczo nazwano „książkami dla małych, średnich i dużych". Do tej kategorii zaliczyliśmy powieści oraz opowiadania dla dzieci i młodzieży (autorów polskich i zagranicznych), zarówno znane i popularne, jak i ta-

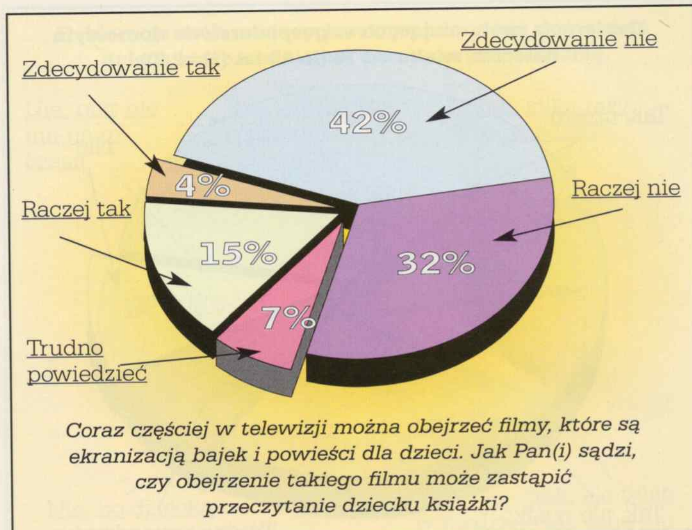
kie, które stosunkowo niedawno pojawiły się w księgarniach, ale szybko zdobywają sympatię czytelników (np. „Harry Potter", czy najnowsze książki Małgorzaty Musierowicz). Ich wspólną cechą jest fakt, że lektura tych książek może sprawić przyjemność odbiorcom w różnym wieku, o zróżnicowanych gustach i kompetencjach czytelniczych.

Wymienione przez ankietowanych tytuły i autorów można sklasyfikować na wiele sposobów. Nie było to jednak celem tych badań. Miała to być jedynie próba ustalenia swego rodzaju kanonu książek dla dzieci, typowanego przez tzw. przeciętnych, dorosłych odbiorców książki. Niektórzy respondenci zresztą polecali nie konkretne tytuły, ale autorów, godnych przeczytania lub problematykę, z jaką należy zapoznawać dzieci od najmłodszych lat. Spośród autorów polskich, wielokrotnie wymieniano: Jana Brzechwę, Marię Konopnicką, Kornela Makuszyńskiego, Adama Mickiewicza, Henryka Sienkiewicza, Juliana Tuwima, Małgorzatę Musierowicz. Co pięćdziesiąty badany (2%) uważa, że od najmłodszych lat należy zaznajamiać dzieci z historią Polski, poprzez czytanie im książek, opowiadających o dziejach naszego narodu.

Czy telewizja może zastąpić książkę?

Łatwiej jest posadzić dziecko przed telewizorem, żeby obejrzało sobie bajkę lub film dla dzieci, niż poświęcić mu czas na głośne czytanie. Okazuje się jednak, że większość dorosłych nie traktuje tych czynności zamiennie. Większość ankietowanych sądzi, że czym innym jest przeczytanie dziecku książki, a czym innym obejrzenie w telewizji jej ekranizacji. Tak twierdzi trzy czwarte badanych (74%), natomiast jedna piąta (19%) jest odmiennego zdania.

Im wyższe jest wykształcenie badanych, tym częściej uważają oni, że obejrzenie filmu nie może zastąpić lektury. Osoby najstarsze (15%), mieszkańcy wsi (10%) oraz respondenci z wykształceniem podstawowym (15%), częściej niż inni nie mają wyrobionego zdania w tej sprawie.



Coraz częściej w telewizji można obejrzeć filmy, które są ekranizacją bajek i powieści dla dzieci. Jak Pan(i) sądzi, czy obejrzenie takiego filmu może zastąpić przeczytanie dziecku książki?

Czytelnictwo książek

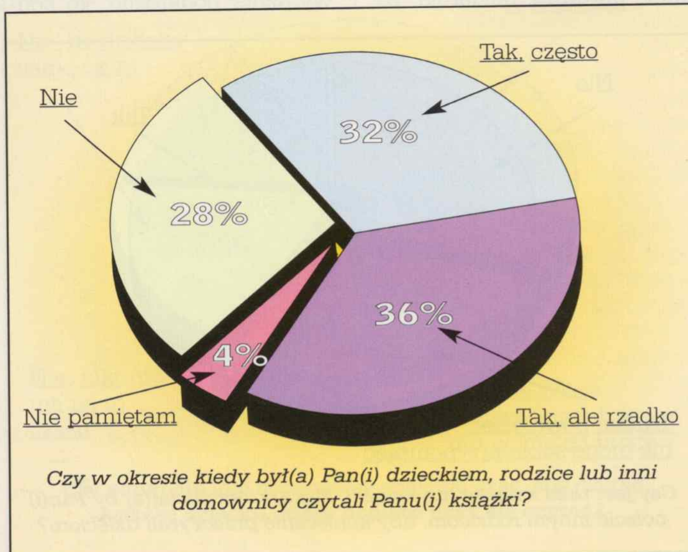
Dla większości Polaków lipiec i sierpień to miesiące wypoczynku, a w każdym razie czas, kiedy zwalnia się tempo. W tym okresie, w większym niż zazwyczaj wymiarze, oddajemy się zajęciom ulubionym lub takim, na które poza wakacjami i urlopem nie mamy czasu. Z tego powodu, a także dla zachowania porównywalności z danymi sondażowymi sprzed trzech lat, ankieterzy CBOS zapytali respondentów o liczbę przeczytanych książek w ciągu jednego miesiąca.

W okresie 30. dni poprzedzających sondaż, niemal dwie trzecie respondentów (65%) nie przeczytało żadnej książki, a jedna piąta (22%) przeczytała jedną lub dwie pozycje. Do rzadkości należało intensywniejsze oddawanie się lekturze.

Ogółem można stwierdzić, że obecnie mniej osób niż 3 lata temu sięgnęło po książkę. Także obecnie odnotowana intensywność czytania jest nieco niższa. Oczywiście nie ma podstaw do wnioskowania



BE&W



Czy w okresie kiedy był(a) Pan(i) dzieckiem, rodzice lub inni domownicy czytali Panu(i) książki?

o spadku czytelnictwa książek w ogóle. Można się tylko ograniczyć do stwierdzenia, że mniej Polaków oddawało się lekturze latem ubiegłego roku niż w analogicznym okresie 1998 r.

Zarówno czytelnictwo książek, jak i intensywność czytania są zróżnicowane społecznie. W ciągu 30. dni, poprzedzających sondaż, po książkę najczęściej sięgali ludzie młodzi (w wieku 18-34 lata), choć zazwyczaj ograniczali się do jednej lub dwóch pozycji. Zasięg i intensywność czytelnictwa wykazują oczywiście na wyraźny związek z poziomem wykształcenia badanych – im wyższe wykształcenie, tym większy odsetek tych, którzy przeczytali w tym czasie więcej niż jedną książkę. W ciągu ostatniego miesiąca ani jednej książki nie przeczytało 80% osób z wykształceniem podstawowym i tylko 27% z wyższym. Silny jest też związek czytelnictwa z miejscem zamieszkania – ostatnio ani jednej książki nie przeczytało 76% mieszkańców wsi (86% rolników), ale także 50% mieszkańców największych miast (badania z sierpnia 2001 r.).

O ile fakt, czy w dzieciństwie rodzice czytali respondentowi książki, czy też nie, nie ma wpływu na to, czy obecnie w jego rodzinie czyta się dzieciom na głos, o tyle nie pozostaje bez wpływu na jego obecną aktywność czytelniczą. Raz jeszcze można odwołać się do opinii ekspertów, że dzieci, przyzwyczajone od wczesnego dzieciństwa do kontaktu z książką, mają większą szansę stać się aktywnymi czytelnikami niż ich rówieśnicy, pozbawieni takich doświadczeń.

Z deklaracji jednej trzeciej badanych (32%) wynika, że w okresie, kiedy byli dziećmi, rodzice lub inni domownicy często czytali im książki. Jednak niewiele mniejszy odsetek (28%). we wczesnym dzieciństwie nie miał w domu kontaktu z lekturą. ■

Centrum Badania Opinii Społecznej, badanie „Aktualne problemy i wydarzenia”
Opracowała Macieja Falkowska

Jaką książkę polecił(a)by Pan(i) rodzicom, aby koniecznie przeczytali ją swoim dzieciom?

Bajki i baśnie dla najmłodszych ogółem W tym wymienione konkretne pozycje:	**60%**
Hans Christian Andersen – wszystkie baśnie, bajki lub konkretne tytuły bajek, np. „Dziewczynka z zapałkami”, „Brzydkie kaczątko” „Calineczka”, „Ołowiany żołnierzyk”, „Kwiaty na poddaszu”	35%
Jan Brzechwa – wszystkie bajki, wiersze lub konkretne tytuły, np. „Małpa w kąpieli”, „Na wyspach Bergamutach”, „Szewczyk Dratewka”	2%
Klasyczne bajki dla dzieci, takie jak „Kopciuszek”, „Śpiąca Królewna”, „Tomcio Paluch”, „Królewna Śnieżka” „Czerwony Kapturek”, „O rybaku i złotej rybce”, „Konik Garbusek”	12%
Bracia Grimm – wszystkie bajki lub konkretne tytuły bajek, np: „Trzy świnki”, „Ośla skórka”	7%
Inne bajki i opowiadania dla najmłodszych, np.: „Wróbelek Elemelek”, „Miś Uszatek”, „Ferdynand Wspaniały”, „Miś Fantazy”, „Przyjaciele króliczki Marty”, „Sceny z życia smoków”, „Nocne życie sów – bajki z wiejskiego podwórka”, „Remis i inne strachy”, „Kefir, Kluska i tutejszy”	6%
Julian Tuwim – wszystkie bajki i wiersze lub konkretne tytuły, np.: „Lokomotywa”	5%
Zbiory baśni i bajek – bajki świata, baśnie polskie, a także „Złota Encyklopedia bajek polskich”, seria „Poczytaj mi mamo”, „Baśnie z 1001 nocy”, „Bajarka opowiada” i inne	5%

Książki dla najmłodszych – ogółem W tym wymienione konkretne pozycje:	**18%**
Alan A. Milne – „Kubuś Puchatek”	10%
Maria Konopnicka – „O krasnoludkach i sierotce Marysi”, „Na jagody” i inne	5%
Astrid Lindgren – „Dzieci z Bullerbyn”	3%
Inne klasyczne książeczki dla dzieci, jak np. „Pinokio”, „Piotruś Pan”, i inne	2%

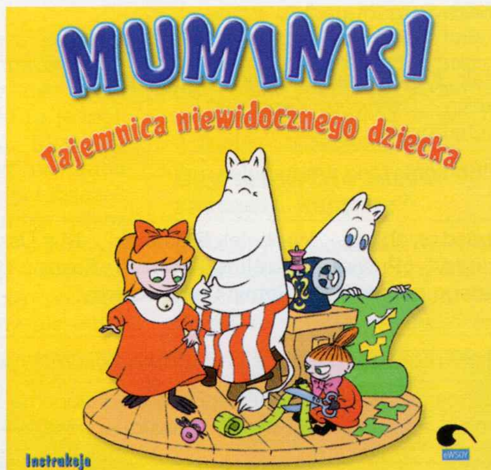
Książki dla małych, średnich i dużych – ogółem W tym wymienione konkretne pozycje:	**38%**
Henryk Sienkiewicz – wszystkie książki lub konkretne tytuły, np.: „Trylogia”, „W pustyni i w puszczy”, „Krzyżacy”, „Quo Vadis”	10%
Znane i popularne już w czasach, gdy dziadkowie byli dziećmi, przekłady książek dla młodzieży, np.: "Ania z Zielonego Wzgórza",„Mała księżniczka”, „Książę i Żebrak”, „Winnetou”, "Przygody Tomka Sawyera", „Lassie wróć”, „Robinson Cruzoe”, „Dwieście tysięcy mil podwodnej żeglugi”, „Tajemniczy ogród”, „Alicja w krainie czarów”	9%
Lektury szkolne dla młodzieży (głównie z czasów pokolenia rodziców), np. „Chłopi”, „Lalka”, „Stara baśń”, „Nasza szkapa”, „Antek”, „Chłopcy z Placu Broni”, „Stary człowiek i morze”, „Pan Tadeusz”, „Medaliony”, „Janko Muzykant”, „Wierna rzeka”	9%
Antoine Saint-Exupery – „Mały Książe”	6%
Kornel Makuszyński – wszystkie książki lub konkretne tytuły, np.:„Koziołek Matołek”, „Szatan z VII klasy”, „Awantura o Basię”, „Król Maciuś I”, „Panienka z okienka”	4%
Znane i popularne polskie książki i serie przygodowe dla młodzieży, np. Alfreda Szklarskiego, Małgorzaty Musierowicz, Adama Bahdaja, Komiksy Papcia Chmiela i inne	3%
Znane przekłady popularnych serii dla dzieci: „Mary Poppins”, „Przygody Pippi”, inne książki Astrid Lindgren, seria „Mikołajki”, „Harry Potter” „Opowieści z Narni” i inne	3%
Inne znane i lubiane opowiadania i książki dla dzieci polskich autorów, np. „Dzieci z Leszczynowej Górki”, „Rogaś z Doliny Roztoki”, „Plastusiowy pamiętnik”, książki Janiny Porazińskiej, Marii Kownackiej	2%
Edmund De Amicis – wszystkie opowiadania lub ich konkretne tytuły, np. „Serce”, „Od Apeninów do Andów”	1%

Cyfrowa biblioteka

Paweł Piasecki

MUMINKI: TAJEMNICA NIEWIDOCZNEGO DZIECKA

To już druga ciekawa gra edukacyjna z Muminkami w roli głównej.



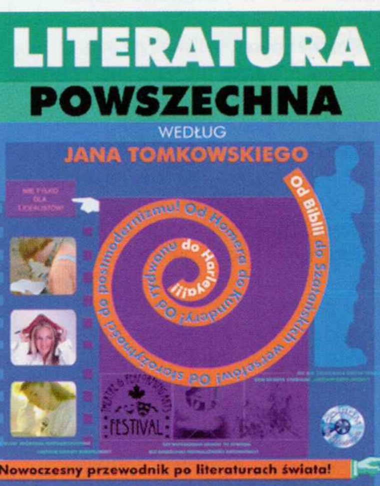
Pierwsza na nasz rynek trafiła „Zima Muminków", w której młodzi gracze pomagali Małej Mi obudzić rodzinę Muminków. Tym razem zadanie jest trudniejsze: trzeba pomóc odzyskać normalną postać dziewczynce Nini, tak nieśmiałej, że pewnego dnia stała się niewidzialna. W miarę rozwiązywania kolejnych zadań, Nini nabiera pewności siebie i staje się coraz bardziej widoczna.

Zadania rozwijają rozmaite umiejętności i sprawności dziecka. Wśród proponowanych zabaw jest m.in. łączenie, pozornie nie pasujących do siebie elementów, co pozwala na uruchomienie maszyny do robienia przetworów z jabłek, sterowanie robotem Migotka, ustawiającym słoiki, układanie melodii wraz z Włóczykijem, projektowanie sukienki dla Nini. Można też wydrukować grę planszową i papeterię z wizerunkami Muminków, a także wysłuchać opowiadania Tatusia o Wielkim Dniu Rodziny.

Gra powstała w Norwegii, a polską wersję językową przygotował CD Projekt. Wymagania sprzętowe są niewielkie, program nie wymaga instalacji i jest łatwy w obsłudze. W bardzo ładnym i starannie wykonanym opakowaniu, oprócz płyty, znajdziemy jedną z czterech maskotek postaci z Doliny Muminków.

LITERATURA POWSZECHNA WEDŁUG JANA TOMKOWSKIEGO

Pierwszy w Polsce multimedialny przewodnik po literaturach świata.



Tuż przed świętami, pojawiła się w sklepach multimedialna wersja bestsellera Jana Tomkowskiego, który w syntetycznym skrócie przedstawia dzieje światowej literatury – od starożytności po schyłek XX w. Wydawcą programu jest Onet.pl S.A., oddział OPM.

Przewodnik, przeznaczony głównie dla uczniów szkół średnich, zawiera 1350 haseł. Znajdziemy tu omówienia arcydzieł literatury światowej od epopei Homera po „Ulissesa" Jamesa Joyce'a, biogramy najwybitniejszych twórców, galerię bohaterów literackich, obszerne fragmenty powieści, informacje o adaptacjach filmowych słynnych utworów oraz zbiór cytatów. Ważną częścią przewodnika są kalendaria, w których zgromadzono podstawowe informacje o stylach, epokach i „kamieniach milowych" w dziejach światowego piśmiennictwa.

Autor pokazuje historię literatury powszechnej z punktu widzenia Polaka: zajmuje się wyłącznie utworami przełożonymi na język polski, skupia się na pozycjach literackich dobrze w naszym kraju znanych (francuskich, angielskich, amerykańskich, rosyjskich i niemieckich) i zjawiskach, które wywarły istotny wpływ na twórczość polskich pisarzy.

Jan Tomkowski łączy imponującą erudycję z talentem popularyzatorskim, toteż teksty, zamieszczone w „Przewodniku", są jednocześnie przenikliwe, zwięzłe i przystępne. Teksty ilustrowane są setkami fotografii, a liczne fragmenty muzyczne pomagają wczuć się w klimat poszczególnych epok.

„Przewodnik" nie zadowoli raczej koneserów, ale też nie z myślą o nich został wydany. Mam natomiast nadzieję, że ci użytkownicy programu, którym dziś wystarcza „wiedza w pigułce" o wybitnych pisarzach i treści ich dzieł, nabiorą ochoty do samodzielnej lektury.

MICROSOFT ENCARTA ENCYCLOPEDIA DELUXE 2002

Encyklopedia dla wymagających... i znających dobrze angielski.



„Encarta" to produkt multimedialny z najwyższej półki, który zarówno poziomem merytorycznym, jak i ceną może skutecznie konkurować ze sławną Britanniką.

Wersja standardowa zawiera jeden krążek, natomiast w omawianym pakiecie „deluxe" znajdziemy trzy płyty (w tym jedna instalacyjna). Jeśli posiadamy komputer z twardym dyskiem o dużej pojemności, warto skorzystać z opcji zapisania na nim całej zawartości encyklopedii – później, by skorzystać z programu, nie trzeba będzie już w ogóle wkładać płyt do napędu.

Instalacja trochę trwa, ale poczekać warto: oprócz obszernych tekstów haseł głównych (łącznie 21 mln słów), encyklopedia zawiera między innymi bogatą kolekcję artykułów archiwalnych z dziennika „The Times", ponad 18,5 tys.ilustracji (w tym panoramy, które można obracać o 360°), około dwustu filmów i animacji, ponad 2650 plików dźwiękowych. Dużą atrakcją są trójwymiarowe prezentacje, tzw. virtual tours, które pozwalają nam znaleźć się pośród ruin budowli Majów lub w sercu amazońskiej dżungli. Warto też zwrócić uwagę na starannie dobrane odnośniki do wielu ciekawych serwisów internetowych.

„Encarta" to bezcenne kompendium wiedzy w domowym komputerze. Jeśli ponadto dysponujemy dostępem do Internetu, będziemy mogli jednym kliknięciem aktualizować informacje zawarte w encyklopedii.

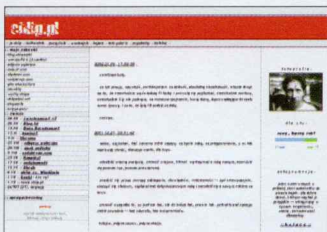
Co najmniej od kilku miesięcy zapanowała moda na blogi – prywatne dzienniki internetowe. Czy mają rację ci, którzy uważają, że jest to rozrywka godna jedynie ekshibicjonistów i grafomanów?

ZAPISKI NA STRONACH WWW

PAWEŁ PIASECKI



Skrót „blog" pochodzi od „web log", co po angielsku oznacza „sieciowy rejestr". Pierwsze blogi były na ogół właśnie takimi suchymi rejestrami, głównie odnośników do stron internetowych, które autor dziennika uważał za godne odwiedzenia. Z czasem jednak, obok internetowych linków pojawiły się wynurzenia osobiste, komentarze do obejrzanych filmów, przeczytanych książek, zasłyszanych wypowiedzi itp. Obok blogów, mających jednego autora i czysto prywatny charakter, pojawiły się także i takie, które prowadzi wspólnie kilka osób, np. pracujących razem nad jednym projektem, potrzebujących wzajemnej inspiracji i wymiany poglądów.



Blogi są w pewnym sensie spokrewnione z prywatnymi stronami internetowymi, mają jednak tę przewagę, że znacznie łatwiej je tworzyć i aktualizować. Wiele stron www jest „martwych od urodzenia" – twórcy przestają się nimi interesować właściwie już w chwili, gdy zostaną opublikowane w sieci. Tymczasem blogi żyją, gdyż dodanie nowego tekstu, doklejenie zdjęcia czy jakakolwiek modyfikacja wyglądu strony, zabiera chwilę i nie wymaga prawie żadnej wiedzy informatycznej. Wiele spośród blisko 9. tys. dzienników, znajdujących się w polskim serwisie **www.blog.pl**, jest aktualizowanych codziennie, a nawet kilka razy w ciągu jednego dnia.

Pierwsze prywatne dzienniki pojawiły się w Internecie w 1998 r. Prawdziwa eksplozja popularności blogów w Stanach Zjednoczonych rozpoczęła się po ataku na World Trade Center z 11 września ub. r. Wszechobecne poczucie zagrożenia wzmogło potrzebę wymiany informacji, dzielenia się odczuciami, szukania otuchy. Obecnie, najpopularniejszym anglojęzycznym serwisem, w którym udostępnia się darmowe narzędzia do tworzenia blogów jest **Blogger.com**. Prowadzony jest on przez firmę Pyra Labs z San Francisco i ma ponad 150. tys. zarejestrowanych użytkowników. Dziennie na jego stronach pojawia się kilkanaście tysięcy nowych wpisów. O pozycji, jaką w krótkim czasie zdobył Blogger.com, świadczy także to, że pod koniec ub. r. brytyjski dziennik „Guardian" umieścił go na liście „siedmiu cudów sieci", obok takich tuzów jak Google, eBay, Amazon, Yahoo, Multimap i Project Gutenberg.

Co skłania ludzi do publikowania tak osobistych zapisów? „Wszyscy żywimy nadzieję, że nasze życie interesuje innych" – tłumaczy Clifford Nass, profesor psychologii ze Stanford University. Zanim pojawił się Internet, ludzie wymieniali poglądy listownie, a tylko nieliczni mogli wypowiadać się na łamach prasy. Dziś każdy, kto ma dostęp do sieci, może codziennie publikować własny felieton; w najgorszym wypadku będzie jego jedynym czytelnikiem.



Niezwykła popularność blogów bierze się chyba także stąd, że to już jeden z nielicznych w Internecie bastionów opierających się komercjalizacji. Entuzjaści tworzonych na gorąco zapisów codzienności podkreślają zgodnie, że dla nich, istotą Internetu nie jest konsumpcja, ale komunikacja. Evan Williams, 29. letni założyciel serwisu Blogger.com, podsumowuje – „Siła Internetu polega na tym, że łączy ludzi".

Choć wiele blogów ma charakter czysto plotkarski, zdarzają się także dzienniki o sporych walorach literackich, jak choćby ten prowadzony przez Piotra Chlipalskiego pod adresem **blog.chlip.pl.** Chlipalski jest także pomysłodawcą serwisu o podobnym charakterze, z tym, że współtworzonego przez wielu autorów: **codobrego.com**. Jeśli przytrafiło ci się coś dobrego, podziel się swym szczęściem z innymi internautami. I nie musi to być koniecznie coś wielkiego: „Hmmm... co dobrego? naleśniki na obiadek! :-)))" – czytamy w jednym z wpisów. Zdarza się i ton bardziej podniosły: „Odzyskałam w końcu spokój ducha. Już prawie zapomniałam, jakie to uczucie. Dzięki Ci za to Boże." Bardzo budująca lektura. Oczywiście życie nie składa się wyłącznie z przyjemności – nic więc dziwnego, że serwis codobrego.com tworzy trio z dwoma innymi, nastrajającymi znacznie mniej optymistycznie: **oszust.com** i **zlydzien.com**. Pierwszy to rosnący z dnia na dzień katalog rozmaitych oszustw i „przekrętów", z jakimi spotkali się internauci w swym codziennym życiu; dzieląc się teraz swymi doświadczeniami, pomagają innym uniknąć przykrych niespodzianek. „Zły dzień" to inny serwis dla nieszczęśliwców i pechowców. Mogą się wyżalić, że znów coś się nie udało, a kiedy ochłoną, przeczytają wpisy, pozostawione przez innych i przekonają się, że nie jest aż tak źle...





Wśród autorów blogów są osoby tak znane, jak aktorka Krystyna Janda, która na swej stronie internetowej (**krystynajanda.com**) przedstawia się jako „artystka multimedialna". Dziennik prowadzi w sieci od roku, bardzo regularnie (dostępne jest przepastne archiwum). Większość zapisów zaczyna się – było to dla mnie niemałe zaskoczenie – od przypadającego na dany dzień fragmentu z „Leksykonu świętych". W dzienniku znajdziemy relacje z pracy nad spektaklami teatralnymi, notatki z podróży, historyjki z życia rodzinnego, komentarze do lektur, bieżących wydarzeń kulturalnych i politycznych. Teksty przeplatane są zdjęciami, aktualnymi i archiwalnymi. Widać, że aktorka poświęca temu przedsięwzięciu wiele czasu i serca.

Blog Krystyny Jandy jest wyjątkowy – jego autorka ma to szczęście, że jako artystka może wypowiadać się na wiele różnych sposobów, niedostępnych przeciętnemu internaucie. Dla znacznej części blogerów, prowadzenie sieciowego dziennika jest natomiast jedyną szansą, by wyrazić swe codzienne radości i smutki, skomentować poglądy innych, poczuć się cząstką wspólnoty. Wybaczmy więc odrobinę grafomanii, doceńmy zaś tkwiący w blogach potężny ładunek autentyzmu i młodzieńczego entuzjazmu.

Prognoza renomowanej firmy badawczej Gartner mówi, że już za dwa, trzy lata instant messaging – technologia wykorzystywana w naszym kraju przez Gadu-Gadu oraz komunikatory Wirtualnej Polski i Onetu – przewyższy popularnością pocztę elektroniczną.

Komunikator zamiast poczty

PAWEŁ PIASECKI

Według Gartnera, komunikatory, narzędzia do porozumiewania się w Internecie w czasie rzeczywistym, będą wtedy obsługiwać – w skali globalnej – 60% kontaktów nawiązywanych on-line, a liczba użytkowników instant messaging sięgnie 180. mln. Komunikatory wykorzystują na tyle prostą technologię, że wielu komputerowych guru długo uważało je wyłącznie za gadżet dla nastoletnich internautów. Dane, dotyczące rynku amerykańskiego, pochodzące z połowy ub.r. (badanie Pew Internet & American Life Project), w dużym stopniu potwierdzają taką tezę. Pokazują bowiem, że w USA z komunikatorów korzysta aż 74% nastolatków mających dostęp do sieci. Dla co piątego z nich, jest to już dziś podstawowy sposób porozumiewania się ze znajomymi, ważniejszy nawet od telefonu. Obecnie, coraz częściej mówi się jednak o komunikatorach także w kontekście biznesowym, np. efektywnej komunikacji pomiędzy pracownikami firmy (praca nad jednym projektem on-line) albo szybkich kontaktów z zewnętrznymi konsultantami.

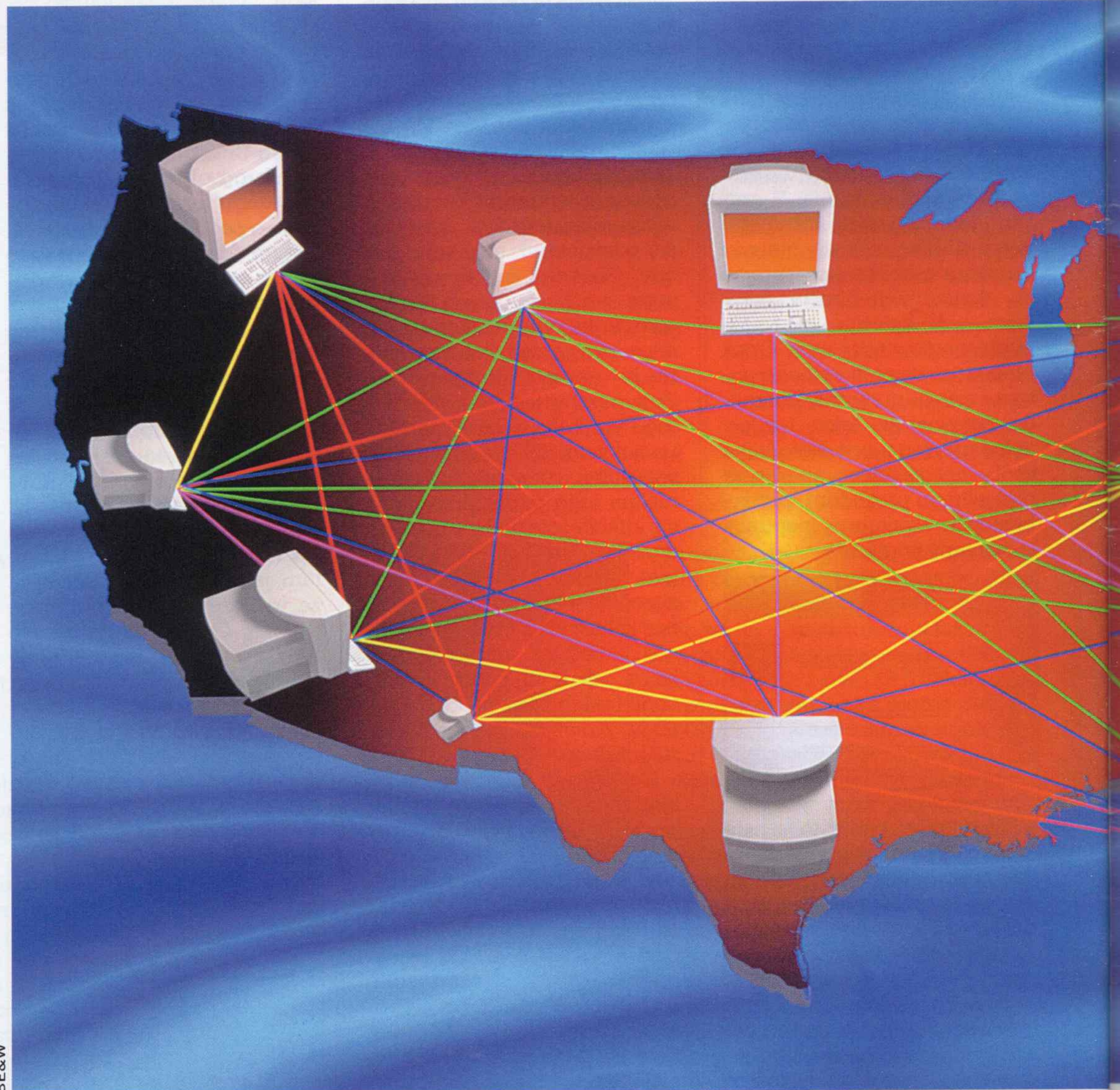
Światowy rynek instant messaging (IM) jest podzielony między dwie potęgi: AOL i Microsoft. W ub.r. niewielką przewagę zachowywał AOL, dysponujący oprócz własnego komunikatora (AOL IM) także aplikacją ICQ (www.icq.com), która cieszy się do dziś sporą popularnością w Polsce. Microsoft szybko zmniejsza dystans dzielący go od konkurenta. Gartner przewiduje, że wkrótce musi dojść do decydującego starcia: albo giganci zawrą jakieś porozumienie o współpracy, albo jeden będzie skazany na unicestwienie.

Technologia IM

Pierwsze wersje programów IM pojawiły się w Internecie w latach 80. AOL wykazał się dużą intuicją, uruchamiając swego komunikatora już w 1989 r. Krokiem milowym w rozwoju tej technologii było udostępnienie w 1996 r. użytkownikom komunikatora AOL tzw. „buddy list", interaktywnej książki adresowej. Umożliwiała ona wyszukiwanie znajomych (bądź nieznajomych), dodawanie ich do listy kontaktów oraz sprawdzanie, czy są on-line i mają ochotę na pogawędkę. Kolejnym zręcznym posunięciem AOL było przejęcie w 1998 r. izraelskiej firmy Mirabilis, która stworzyła oprogramowanie ICQ („I Seek You"). Łączna liczba użytkowników obu komunikatorów (AOL IM i ICQ) przekroczyła w styczniu 2001 r. 33 mln. W tym samym czasie AOL miał 27 mln abonentów, płacących za dostęp do Internetu.

Śmiertelnym ciosem, wymierzonym w AOL, może okazać się aplikacja Windows Messenger, która wchodzi w skład nowego systemu Windows XP, którego polska premiera odbyła się pod koniec listopada ub.r. Microsoft twierdzi, że nowy komunikator, dzięki znacznie ściślejszej – w porównaniu z poprzednią wersją, znaną jako MSN Messenger – integracji z systemem Windows, przeglądarką internetową i programem pocztowym, stworzy zupełnie nową jakość w technologii IM. Oprócz wspólnej wszystkim komunikatorom wymiany wiadomości tekstowych w czasie rzeczywistym, Windows Messenger proponuje użytkownikom przesyłanie wiadomości graficznych, transmisję głosu, plików audio i wideo. Z punktu widzenia biznesowego, istotna może okazać się opcja edytowania komunikatów on-line, ważna zwłaszcza przy współpracy kilku osób nad jednym projektem.

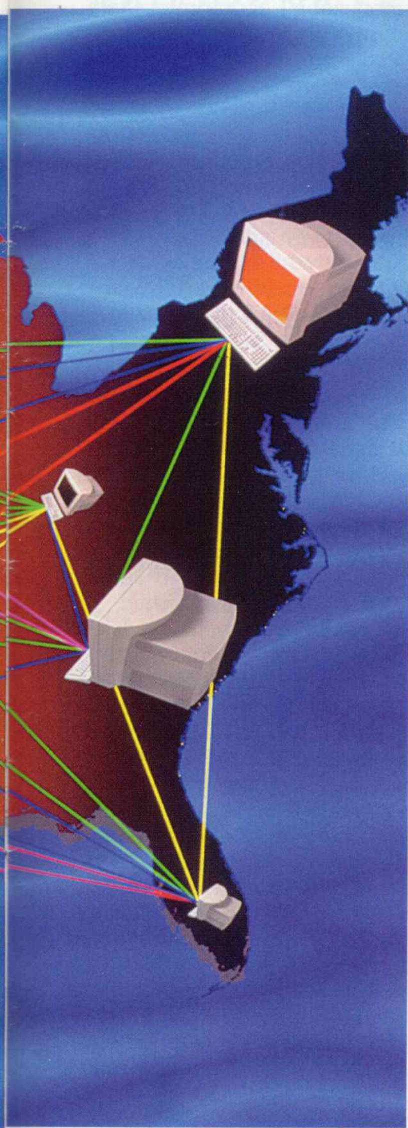
AOL nie podziela opinii Microsoftu, że użytkownicy komunikatorów (mowa tu o użytkownikach indywidualnych,



BE&W

nie korporacyjnych) oczekują na radykalne poszerzenie ich możliwości technologicznych. W wywiadzie udzielonym w lipcu ub.r. serwisowi CNET News.com, Barry Schuler, dyrektor generalny America Online, powiedział: „Już od lat testujemy i jesteśmy w każdej chwili gotowi do wzbogacenia naszego komunikatora o możliwość transmisji głosu i plików wideo. Doszliśmy jednak do wniosku, że konsumenci wcale nie są zainteresowani takimi innowacjami".

Na polskim rynku popularność zdobyła najpierw aplikacja ICQ, głównie dzięki łatwości obsługi i szerokiemu wachlarzowi oferowanych możliwości: aplikacja pozwala na przesyłanie wiadomości w formie tekstowej i plików oraz prowadzenie dyskusji w trybie „chat", z udziałem dowolnej liczby uczestników.



W lipcu 1999 r. zadebiutował polski program Gadu-Gadu (www.gadu-gadu.pl) warszawskiej firmy SMS-Express, będący kontynuacją wcześniejszego serwisu, umożliwiającego wyłącznie wysyłanie SMS-ów. Dziś Gadu-Gadu ma już ponad 2 mln zarejestrowanych użytkowników i jest bezsprzecznie najpopularniejszym komunikatorem w polskiej Sieci. Każdego dnia korzysta z niego ponad 400 tys. osób, które wysyłają przeszło 10 mln wiadomości. Gadu-Gadu staje się też coraz atrakcyjniejszym medium dla reklamodawców: liczba odsłon banerów przekracza milion dziennie.

Gadu-Gadu pozwala na komunikowanie się on-line w czasie rzeczywistym, powiadamianie użytkowników o zalogowaniu się chętnych do rozmowy znajomych, przesyłanie plików, wysyłanie SMS-ów do wszystkich sieci GSM w Polsce. Od początku grudnia ub.r. użytkownicy Gadu-Gadu mogą też korzystać z popularnej polskiej wyszukiwarki internetowej NetSprint, dostępnej jako odrębna zakładka w interfejsie komunikatora.

Giganci w kontrataku

Dziwi nieco fakt, że dwa czołowe polskie portale – Wirtualna Polska i Onet – przez rok spokojnie przyglądały się ekspansji Gadu-Gadu, pozwalając mu zdobyć ponadmilionową rzeszę użytkowników. Oba portale przystąpiły do kontrataku prawie jednocześnie, w lipcu ub.r., ale zdaniem wielu obserwatorów rynku odebranie Gadu-Gadu pozycji lidera będzie zadaniem bardzo trudnym.

W Kontakcie (kontakt.wp.pl), komunikatorze Wirtualnej Polski, założono w ciągu tygodnia od premiery ponad 57 tys. kont. „To niezwykle obiecujący wynik, zważywszy że promocja Kontaktu odbywała się tylko na stronach portalu" – zauważył Marek Borzestowski, prezes Wirtualnej Polski. Zarząd portalu liczy na to, że z komunikatora skorzysta duża część z 2 mln regularnych użytkowników Wirtualnej Polski. Kontakt pozwala na zaproszenie znajomych do zainstalowania programu poprzez wysłanie im powiadomienia pocztą elektroniczną, komunikuje się z ICQ i Gadu-Gadu, a dodatkowo umożliwia prze-


BE&W

syłanie plików graficznych i dźwiękowych o wielkości do 4 GB! Nadawca i odbiorca są informowani o wielkości pliku i szacowanym czasie jego przesyłania. Odbiorca otrzymuje też opis pliku, sporządzony przez wysyłającego, dzięki czemu może zrezygnować z przesyłki, jeżeli uzna ją za mało interesującą. Gdy transmisja zostanie zerwana, co w polskich warunkach zdarza się dość często, Kontakt może wznowić i dograć utraconą resztę pliku.

Innowacją, na którą zwracają uwagę twórcy komunikatora Wirtualnej Polski, jest wykorzystanie przez aplikację systemu syntezy mowy – Kontakt może również odczytywać wiadomości na głos, np. wtedy, gdy użytkownik nie chce się odrywać od pracy z innym programem. Aby skorzystać z tej funkcji, trzeba jednak ściągnąć z serwera plik o objętości ponad 5 MB. Komunikator zapewnia też dostęp do ponad 100 personalizowanych modułów tematycznych i informacyjnych z serwisu Moja WP.

Uruchamiając program w technologii instant messaging, Onet liczy – podobnie jak WP – na przeszło dwumilionową bazę użytkowników swojego portalu. Oprócz standardowych funkcji, czyli komunikacji w czasie rzeczywistym i wysyłania SMS-ów, OnetKomunikator (ok.onet.pl) pozwala m.in. na uczestniczenie w internetowych pogawędkach odbywających się w CzatOnet (domyślnie aplet przenosi użytkownika do pokoju „Przyjaciele"). Korzystanie z wszystkich funkcji OK jest całkowicie bezpieczne dla użytkowników, dzięki zastosowaniu mechanizmu szyfrowania, opartego o algorytm AES. Zaletą komunikatora jest również opcja pozwalająca modyfikować interfejs programu za pomocą tzw. skórek (można skorzystać z galerii propozycji Onetu albo dodać własne ustawienia); podobnie można zmienić sygnał dźwiękowy, informujący o otrzymaniu wiadomości.

Jak na razie, pozycja Gadu-Gadu na polskim rynku wydaje się niezagrożona. Niektórzy internauci wciąż wybierają ICQ, ze względu na to, że jest to komunikator międzynarodowy i przy niewielkiej znajomości angielskiego można nawiązać znajomości z mieszkańcami tak odległych krajów jak Australia, Japonia czy Izrael. Zwolennicy teorii o wszechmocy Microsoftu prorokują, że Windows Messenger, wchodzący w skład Windows XP, stanie się wkrótce standardem, podobnie jak pakiet Office czy program pocztowy Outlook Express. Tak czy inaczej, konsumenci mają tymczasem powody do zadowolenia: rosnąca konkurencja na rynku komunikatorów wymusi stałe udoskonalanie produktów i wyposażanie ich w coraz to nowe funkcje. Co równie ważne – z pewnością pozostaną darmowe!

Co nowego w kinach

Małgorzata Węgrzecka

WŁADCA PIERŚCIENI

reż. Peter Jackson



W wielu plebiscytach „Władca pierścieni" Johna Ronalda Reuela Tolkiena został uznany za powieść XX w. I nic dziwnego, legendarna książka zdobyła rzesze fanów na całym świecie. Pierwsze próby jej ekranizacji podejmowano już w latach 60. Wkrótce potem zaryzykował awangardowy artysta Ralph Bakshi. Nakręcił jedynie pierwszą część – zrobił film animowany z dodatkiem paru scen z aktorami. Film przeszedł bez echa. Ostatecznie ryzyko sfilmowania ponadtysiącstronicowej trylogii podjął nowozelandzki specjalista od horrorów, Peter Jackson. Pierwsza z trzech nakręconych przez niego części wejdzie na ekrany polskich kin w połowie lutego. W USA „Władca..." pobił już wszelkie rekordy oglądalności. Dlaczego? Jeremy Irons, który gościł w styczniu w Polsce, powiedział, że jeżeli komuś ten film się nie podoba, to on, czyli Irons, nie rozumie, co temu komuś w ogóle może się spodobać. Perfekcyjnie zrealizowana produkcja zachwyca w każdym szczególe, a efekty specjalne, po raz pierwszy w historii swego istnienia, nie absorbują całej uwagi, kiedy się już pojawią, ale idealnie podkreślają charakter opowieści. I jeśli nawet kogoś nie zachwyci Elijah Wood w roli hobbita Froda, z pewnością nikt nie oprze się biegle władającej językiem elfów i zjawiskowo pięknej Liv Tyler (księżniczka Arvena).

TAM I Z POWROTEM

reż. Wojciech Wójcik



Wojciech Wójcik – laureat festiwalu w San Sebastian za film „Karate po polsku" – wielką popularność zyskał dzięki serialowi „Ekstradycja". Tym razem reżyser proponuje poruszającą opowieść o pragnieniu wolności, „do której przepustką jest paszport, a paszportu w żaden sposób nie można otrzymać, ze względu na złą przeszłość".

Jest rok 1965. Andrzej Hoffman (Janusz Gajos), wybitny lekarz, mieszka i pracuje w Łodzi. Po wojnie kilka lat spędził w więzieniu. Jedynym dowodem w sprawie był donos złożony SB i jego wojenna działalność (był łącznikiem Armii Krajowej w Anglii). Pewnego dnia, podczas obchodu w szpitalu, Andrzej spotyka Piotra (Jan Frycz), którego zna jeszcze z czasów partyzantki. Piotr za wszelką cenę chce wyjechać z Polski. Jedynym sposobem, by zerwać z „szarą" polską rzeczywistością, jest zdobycie jak największej ilości pieniędzy i paszportu. Jest tylko jedno rozwiązanie – napad na bank. Piotr od dawna przygotowuje plan napadu na konwój bankowy, potrzebuje tylko wspólnika. Teraz pozyskuje Andrzeja, dla którego wyjazd za granicę, to ostatnia szansa, aby spotkać się z żoną i córką, mieszkającymi w Wielkiej Brytanii. Podjęcie decyzji o napadzie, to dopiero początek drogi ku wolności. Rozpoczynają się drobiazgowe przygotowania. Rabunek ma być bezkrwawy i błyskawiczny. Sytuacja zaczyna się jednak wymykać spod kontroli...

LUTOWA PREMIERA DVD

Agnieszka Guzek

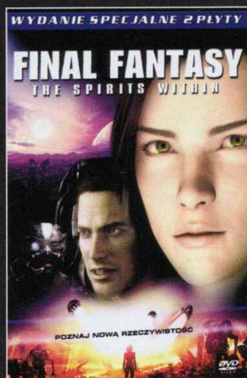
FINAL FANTASY

reż. H. Sakaguchi

To było gigantyczne przedsięwzięcie. Pochłonęło 137 milionów dolarów, a trwało przeszło 4 lata. Efekt? Całkowicie komputerowy obraz, którego bohaterami są elektroniczne postacie. Tym razem rola aktorów, tych z krwi i kości, ograniczyła się do użyczenia głosu. A zadania tego podjęli się m.in.: Ming-Na Wen, Alec Baldwin, James Woods i Donald Sutherland.

Oczywiście „Final Fantasy" to nie pierwszy obraz, stworzony przez komputer. Były już przecież i „Toy story" i niezapomniany, przezabawny „Shrek". Dlaczego więc tyle szumu wokół kolejnego komputerowego filmu? Otóż, to pierwsze tego rodzaju przedsięwzięcie, w którym postacie na ekranie do złudzenia przypominają prawdziwych aktorów. Szkoda tylko, że nie przyłożono się do scenariusza. Ocalenie świata przed obcymi formami życia, to temat serwowany nam stanowczo zbyt często.

Dwupłytowe wydanie „Final fantasy" zadowoli nawet najwybredniejszych miłośników DVD. Film, tradycyjne już, można obejrzeć z komentarzami twórców obrazu. Na



pierwszym krążku znaleźć też można 80-minutowy film, w którym obraz płynnie przechodzi od szkiców koncepcyjnych, przez wstępną obróbkę komputerową, aż po efekt końcowy. Druga płyta roi się wręcz od „dodatków". Otwiera ją dokument, odsłaniający kulisy powstania filmu. A potem, cały szereg materiałów prezentujących m.in. charakterystyki głównych bohaterów, opis techniczny pojazdów czy sposoby tworzenia krajobrazów. Nie zabrakło także kilku zabawnych ujęć, teledysku czy zwiastunów kinowych, a nawet sceny rozpoczynającej film („Orginal opening"), która w ostatecznej wersji została zmieniona. Lista dodatków jest naprawdę długa, a zamyka ją specjalny bonus. Włączcie okienko, które pojawia się w prawym, dolnym rogu ekranu – warto!

POCAŁUNEK SMOKA

reż. Chris Nahon

Luc Besson, jako właściciel studia, gdzie powstał film, autor scenariusza i „ojciec" całego przedsięwzięcia, nadał mu, charakterystyczny dla siebie, ton czarnego humoru i lekkiej autoironii. Powstała cudowna mieszanka gatunków, w której z niebywałą dbałością dopracowane sceny walk w stylu wu-shu, zachwycają finezją i rozmachem. To James Bond, Bruce Lee i Leon Zawodowiec, ze sporym udziałem Nikity. A wszystko to dzieje się w najromantyczniejszym mieście świata...

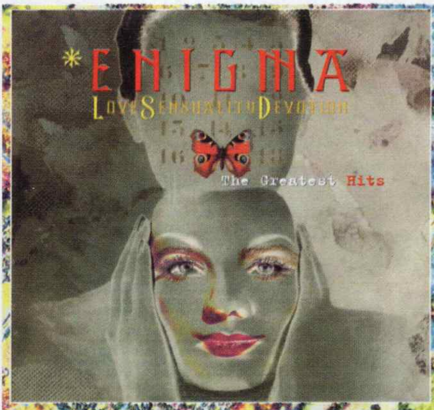
Liu Jian (Jet Li - ten zły z „Zabójczej broni 4", ten dobry z „Czarnej maski", gwiazda „Romeo musi umrzeć") ląduje na paryskim lotnisku Orly. Na pytanie urzędnika, co go sprowadza do Francji, odpowiada, że rozrywka. Jednak torba z podwójnym dnem, wypchana bronią i bransoleta „ozdobiona" kapsułkami z trucizną świadczą o tym, że Liu nie jest zwykłym turystą. Jest tajnym agentem. Przybywa do Paryża, by pomóc francuskiej policji w pewnym skomplikowanym śledztwie. Jednak obserwując „metody" pracy tutejszych stróżów prawa, Liu zaczyna mieć wątpliwości, kto tu jest dobry, a kto zły. Agent jest bowiem świadkiem morderstwa dokonanego z zimną krwią przez inspektora Richarda. Ścigany przez skorumpowanego glinę, musi uciekać...

Nowości płytowe

Andrzej Ignatowski

ENIGMA

„Love, Sensuality, Devotion – The Greatest Hits"!



Po nagraniu 4 albumów studyjnych, przyszedł czas na płytę z największymi przebojami Enigmy. A było z czego wybierać. Każda płyta zespołu zawierała kilka przebojów. Za tymi sukcesami stoi Michael Cretu, który ma niezwykły dar pisania nietuzinkowych, wyjątkowo urokliwych melodii i tworzenia niezwykłych aranżacji. Nic więc dziwnego, że jego twórczość ma swoją niepowtarzalną aurę i bardzo charakterystyczne, natychmiast rozpoznawalne, brzmienie. I nic też dziwnego, że znalazła wielu naśladowców.

Zamiast jednak słuchać tychże naśladowców, lepiej sięgnąć po oryginał. Na tym krążku znajdziecie największe hity Enigmy, na czele z „Sadness" i „Return To Innocence".

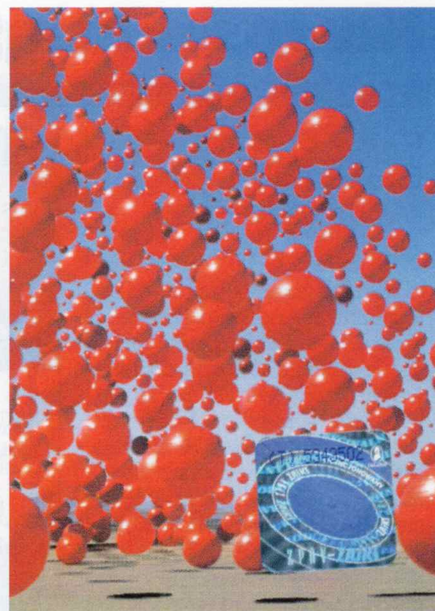
KATARZYNA SKRZYNECKA

„KAMELEO"

Katarzyna Skrzynecka to artystka wszechstronna. Znakomicie radzi sobie na deskach teatrów – i to zarówno w repertuarze stricte dramatycznym, jak i w musicalowym. A od musicalu niedaleko już do nagrywania płyt.

Na swoim najnowszym krążku Pani Kasia wykonuje utwory z pogranicza różnych odmian popu. Oczywiście jest tu sporo ukłonów w stronę najmodniejszych dziś rytmów i aranżacji. Słuchając „Kameleo", przychodzą na myśl hity znanych zachodnich gwiazd. Ale w tym pędzie ku temu, co modne, udało się Katarzynie Skrzyneckiej zachować... siebie i swój styl.





THE CRANBERRIES

„Wake Up And Smell the Coffee"

Dolores O'Riordan, wokalista i liderka irlandzkiego kwartetu The Cranberries, zmieniła ostatnio swój image. Nie jest już anorektyczną blondyną. Wróciła do naturalnego, ciemnego koloru włosów i nabrała nieco (ale tylko nieco) ciała. Nie zmienił się natomiast styl muzyki The Cranberries. To wciąż te same melodyjne, rockowe numery, które nuci się zwykle już po pierwszym słuchaniu. Czwarty album zespołu zawiera 13 utworów. Płyta jest bardzo spójna i słucha się jej z przyjemnością. Ale ten równy poziom, to również minus tego albumu. Brak bowiem na nim wielkich hitów, które można było znaleźć na poprzednich krążkach kwartetu.

RÓŻNI WYKONAWCY

„Światowe przeboje Jedynki"

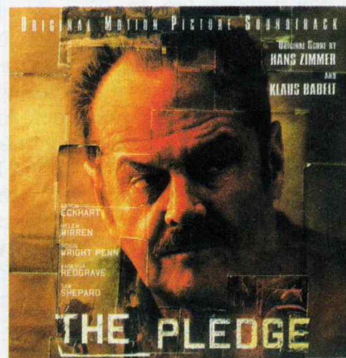
Moda na płyty składankowe wciąż nie przemija. Potwierdza to m.in. popularność tego właśnie albumu. Trudno się zresztą tej popularności dziwić, skoro na krążku zgromadzono kilkanaście największych hitów z ubiegłego roku. Sporo jest utworów artystów, których mieliśmy przyjemność gościć ostatnio w kraju. Są więc hity Ronana Keatinga, Titiyo, Texasu, Bon Jovi czy Safri Duo. A obok nich możemy usłyszeć, jeszcze ciepłe, przeboje Afromana, R.E.M., Modjo oraz Dante Thomasa. „Światowe przeboje Jedynki", to przyzwoity zestaw, który sprawdzi się przy różnych okazjach.



SOUNDTRACK „The Pledge"

Hans Zimmer jest uznanym twórcą muzyki filmowej. Mimo dość młodego wieku, już depcze po piętach tym największym. Ale skoro ma się na swoim koncie tak znakomite kompozycje, jak te napisane do „Króla Lwa" czy „Gladiatora", można być spokojnym o swoją pozycję w Hollywood. Zimmer, tworzy dobrą muzykę nie tylko do wielkich produkcji. On tworzy dobrą muzykę do każdego filmu, przy którym przyjdzie mu pracować.

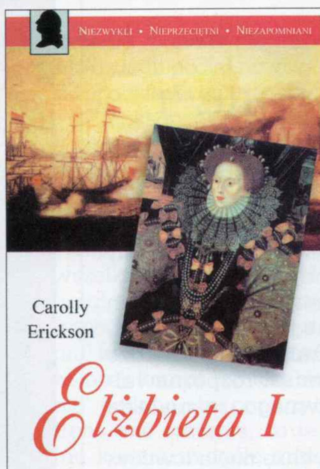
Tak jest w przypadku filmu „The Pledge" („Obietnica"), mrocznego thrillera z Jackiem Nicholsonem w roli głównej, w reżyserii Seana Penna. Zimmerowi po raz kolejny udało się uczynić z muzyki element równie ważny, jak sama akcja filmu. To sztuka, która udaje się tylko najlepszym.



Nowości książkowe

AGNIESZKA GUZEK

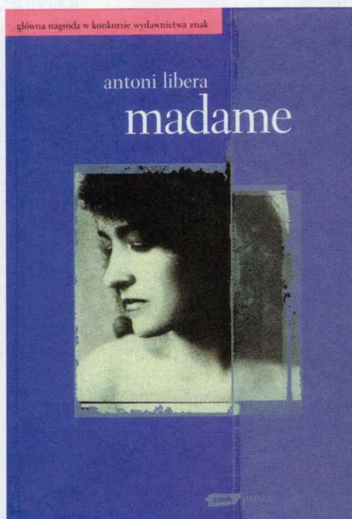
Carolly Erickson
ELŻBIETA I
Świat książki



Elżbieta I, panując przez 45 lat, uczyniła z Anglii potęgę europejską. Była kobietą nieprzeciętną. Przebiegłą, bystrą i dociekliwą, a przede wszystkim zagadkową dla sobie współczesnych. Dzisiaj jest taka również dla nas. Mówiąc słowami autorki: „Bo jak można przedstawić wymykającą się opisowi istotę osobowości tej wybitnej monarchini Anglii, monarchini, która nie mogła znieść niczyjej władzy nad sobą i której żywy temperament obejmował tyle nastrojów". Już przyjściu Elżbiety na świat towarzyszył skandal, który pogłębił się po tragicznej śmierci jej matki – Anny Boleyn. Uznana za dziecko nieślubne, a jednocześnie będąca zagrożeniem dla innych pretendentów do władzy, Elżbieta została więźniem w londyńskim Tower. Jednak pomimo przeciwności losu, jako młoda, bo zaledwie 25-letnia kobieta, została królową Anglii. Biografia Elżbiety I pióra Carolly Erickson, to opowieść o fascynującej kobiecie i czasach, które przeszły do historii pod nazwą „epoka elżbietańska".

„Elżbieta I" to już trzecia biografia monarchy z dynastii Tudorów, autorstwa Erickson. Wydane wcześniej historie o życiu Marii Tudor i Henryka VIII spotkały się z przychylnymi opiniami zarówno krytyków, jak i czytelników.

Antoni Libera
MADAME
Znak



Polska. Rzeczywistość lat 60., widziana oczyma dorastającego chłopca. Niezwykle inteligentnego, przepełnionego chę-cią poznania czegoś więcej, niż tylko otaczającego go świata. Świata opakowanego w chylącą się ku upadkowi ideologię komunistyczną. Najpierw rozpoczyna się młodzieńcza fascynacja jazzem, później przychodzi kolej na teatr, aż w końcu w życie bohatera wkracza madame. Miłość do starszej, tajemniczej kobiety popycha go do nieoczekiwanych działań.

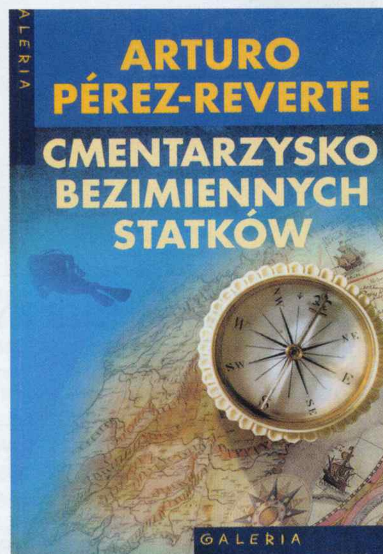
„Madame" to książka, w której autor ukazuje złożoność wieku dojrzewania i w niebanalny sposób kreśli satyryczny obraz peerelowskiej rzeczywistości. Andrzej Rostocki tak pisze o „Madame": „Jestem urzeczony nie tylko sprawnością pióra, lecz przede wszystkim wyobraźnią literacką i umiejętnością zbudowania niezwykłego klimatu emocjonalnego. Czytanie takich książek to przyjemność, przyjemność, przyjemność."

Debiut literacki Libery, został nominowany do Nagrody Nike '99 i uhonorowany Nagrodą im. Andrzeja Kijowskiego. Powieść ukazała się już w Stanach Zjednoczonych i na Węgrzech, a obecnie tłumaczona jest na niemiecki, włoski, hiszpański i szwedzki.

Arturo Pérez-Reverte
CMENTARZYSKO BEZIMIENNYCH STATKÓW
Muza SA

Arturo Pérez-Reverte jest dobrze znany czytelnikom na całym świecie. Niemal każda jego powieść staje się bestsellerem. Dość wspomnieć „Klub Dumas", „Ostatnią bitwę Templariusza" czy „Szachownicę flamandzką". Niezwykłość jego powieści leży w umiejętnym połączeniu walorów literatury przygodowej i sensacyjnej.

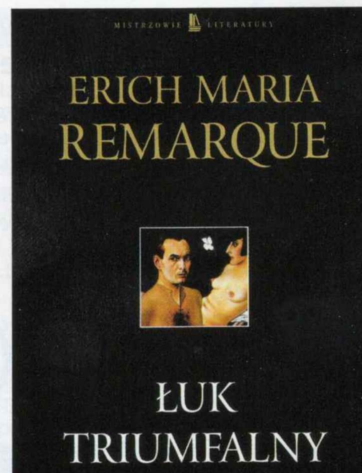
Nie inaczej jest z najnowszą powieścią pisarza. Tu również znajdziemy wartką, pełną nieoczekiwanych zwrotów, akcję i ogromną erudycję pisarza. „Cmentarzysko bezimiennych statków" to przygoda z morzem i historią. Będą tu więc stare mapy, zatopione żaglowce, a wśród nich ten najważniejszy – brygantyna „Dei Gloria". Będą korsarze, morskie bitwy, a także, rzecz jasna... skarb.



Marynarz Coy, zafascynowany urokiem Tánger, przypadkowo spotkanej kobiety, rozpoczyna z nią poszukiwania skarbu Jezuitów. Rozszyfrowanie zagadki wiedzie przez stare woluminy, mapy i atlasy. Historia się komplikuje, gdy do akcji wkraczają zawodowi poszukiwacze skarbów. Oni nie przebierają w środkach, by dojść do celu. „Cmentarzysko bezimiennych statków" to opowieść o tajemniczej historii, która rozegrała się ponad dwieście lat temu, a która teraz doczekała się finału.

Erich Maria Remarque
ŁUK TRIUMFALNY
Rebis

Parał się dziennikarstwem, był księgowym, nauczycielem, organistą, aż w końcu został pisarzem. Doświadczenia z I wojny światowej skłoniły Remarque'a do napisania pacyfistycznej powieści „Na Zachodzie bez zmian". Przyniosła mu ona sławę, ale także utratę swoich bliskich i ojczyzny. Po dojściu do władzy Hitlera, pisarz stracił obywatelstwo niemieckie, a jego książki trafiły na czarną listę. Podczas II wojny światowej Remarque żył i tworzył w Stanach Zjednoczonych, gdzie powstała jedna z najlepszych jego prac „Czas życia i czas śmierci".



„Łuk triumfalny" (1946 r.), to historia niemieckiego emigranta, który znalazł schronienie w Paryżu. Ale wybuch II wojny światowej zmienia sytuację. „Człowiek może wiele wytrzymać" – to myśl, która towarzyszyła Ravicowi w jego drodze do obozu uchodźców. Los nie okazał się dla niego łaskawy. Dramatyczne wspomnienia nie pozwalają mu powrócić do normalności. Tylko rozliczenie się z przeszłością, rozliczenie bolesne, a wręcz okrutne, może uwolnić Ravica na nowo.

Od słowa do słowa

Małgorzata Węgrzecka

Kiedy pewnego dnia do moich drzwi zapukały kapitalizm i demokracja, otworzyłam bez wahania. Przyszło nowe. I chociaż kiepsko się znaliśmy, staraliśmy się unikać drażliwych tematów i nasze pożycie układało się prawie bezkonfliktowo. Pomijając oczywiście zamknięcie kilku tytułów, w których pracowałam. Ale to przecież było wpisane w bilans zysków i strat. W dalszym ciągu cieszę się, że wtedy bez wahania otworzyłam drzwi. Ale teraz, kiedy lepiej się znamy, mogę sobie pozwolić na ujawnienie pewnego paradoksu.

Nell Gothic blackwe zrodziło nowe. Przede wszystkim możliwości. Okazało się, że miliony bezradnie patrzących w przyszłość młodych ludzi, teraz wreszcie coś w niej widzi. Niektórzy potrafili to wykorzystać. Moja koleżanka, magister resocjalizacji, jest teraz human research u amerykańskiego potentata. Zaczynała oczywiście jako zwykła kadrowa. Dwaj koledzy ze studiów, magistrzy filologii polskiej, są właścicielami sieci hurtowni. Zaczynali od wynajęcia „szczęk". Moja przyjaciółka, magister filozofii, jest managerem wysokiego szczebla w jednym z największych towarzystw ubezpieczeniowych. Zaczynała jako „przynieś, wynieś, pozamiataj". Oni wszyscy wprawdzie nie rozpoczęli kariery od posady pucybuta, ale przebyli równie długą i ciężką drogę. Przecież wykształcenie, które mieli w kieszeni, równie dobrze mogło w niej pozostać. Zaczęło się więc przekwalifikowanie. Angielski, obsługa komputera, kursy... A wszystko oczywiście po pracy. Niekończące się wieczory, spędzone na nauce, radosne wzloty i bardzo bolesne upadki. Ale dzisiaj nie żałują. Taką wybrali drogę i tego się trzymają. Udowodnili, że chcieć, to znaczy – móc.

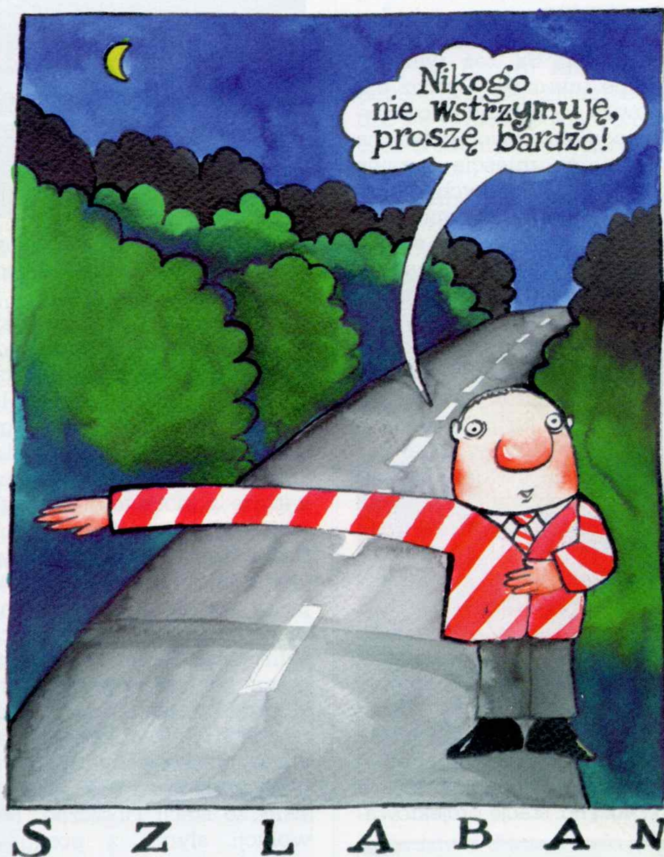
Następne pokolenia mają już trochę łatwiej. Przede wszystkim nie muszą „marnować" czasu na zdobywanie wiedzy, której potem nie wykorzystają w pracy. Jak grzyby po deszczu wyrosły nowe uczelnie, których absolwenci bez problemu sprostają wymaganiom pracodawców. Komputer potrafią obsługiwać przedszkolaki, a angielski... Mój 21-letni znajomy opowiedział mi ostatnio o swoich doświadczeniach. Otóż, zadzwonił do agencji reklamowej, która poszukiwała nowego pracownika.

– Jakie języki pan zna? – usłyszał na wstępie.

– Angielski...

– Ale obce! Pytam, jakie OBCE języki pan zna! – zniecierpliwił się głos w słuchawce.

Znajomy nie dostał tej pracy, bo poza angielskim znał tylko niemiecki. Na szczęście w innej agencji „jeden" obcy język wystarczył.



M. BRUCHNALSKI

SZLABAN

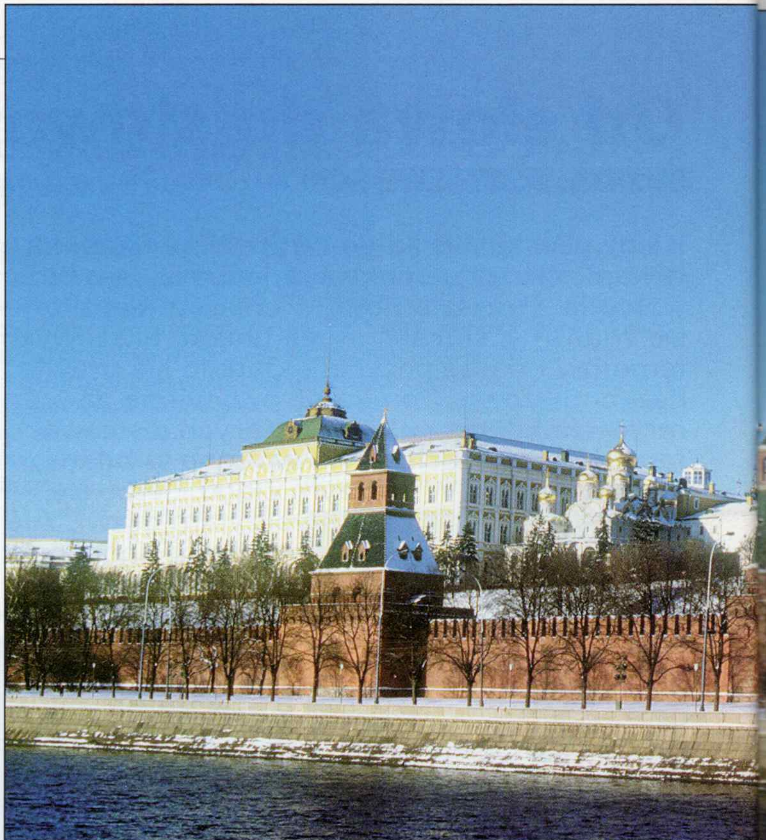
Są jednak także tacy, którzy nie zamierzają piąć się po szczeblach kariery w jakiejś firmie, ale marzą o sławie i pieniądzach. To dla nich otwierają swe podwoje programy „Szansa na sukces", „Droga do gwiazd" i polsatowska produkcja, prawdopodobnie o tytule „Idol", która ma być podobno „zupełnie" inna niż wspomniana „Droga...". A jeśli komuś los poskąpił talentu? Zawsze może liczyć na wygraną w jakimś teleturnieju...

Gdzie więc tkwi wspomniany na wstępie paradoks? Tkwi w idealnej, niczym niezakłóconej koegzystencji wiedzy i niewiedzy. Do frakcji tej pierwszej należą moi znajomi, studenci, uczestnicy programów... Nawet w najmniej skomplikowanym teleturnieju nikt nikomu nie da złotówki, jeśli ten ktoś nie odpowie na najprostsze nawet pytanie. Każda z tych osób, żeby gdzieś zaistnieć, zrobić karierę, zdobyć sławę i pieniądze, musi zatem wykazać się jakąś wiedzą, jakimiś umiejętnościami, które wykraczają ponad przeciętną. To cudowne, że kapitalizm dał im taką możliwość. Uśmiech jednak zamiera na twarzy, kiedy weźmie się pod lupę przedstawicieli drugiej frakcji – niewiedzy. Okazuje się bowiem, że aby zostać gwiazdą we współczesnym świecie, wcale nie trzeba niczego umieć. Wystarczy wziąć udział w jakimś reality show. Potem już droga z małego na duży ekran jest bardzo krótka. Uczestnikom programu Big Brother pomógł w jej pokonaniu Jerzy Gruza i powstał film „Gulczas, a jak myślisz...". Cóż, aktorem może być każdy... W założeniu twórców, miała to być komedia. I rzeczywiście, jest parę śmiesznych momentów. O kilkadziesiąt za mało. Poza tym, gdyby nie Janusz Rewiński, byłby to dramat.

To smutne, że całość wyreżyserował twórca „Czterdziestolatka", a wyprodukował człowiek, który otworzył „Top Canal", pierwszą prywatną telewizję w Polsce, więc lepiej niż ktokolwiek inny powinien znać się na show biznesie. Jednak z filmową klapą dosyć łatwo się pogodzić – można po prostu nie pójść do kina. O wiele gorsze są obszary niewiedzy, na które ma się ograniczony wpływ. Okazuje się bowiem, że kiedy ludzie mają wybór, skwapliwie z niego korzystają. A kierują się przy tym, oczywiście nabytymi przez lata doświadczeniem, wiedzą, intuicją, umiejętnością przewidywania, analizowania i zwykłą życiową mądrością. Zbierają to wszystko do kupy i głosują na swoich przedstawicieli. Tak oto, na pierwszych stronach gazet i na ekranach telewizorów, pojawiają się nowe osobistości życia publicznego. Niektórych łatwo rozpoznać, bo noszą krawaty, których wzór żywcem ściągnięto ze szlabanu. A szlaban, to wiadomo – blokada. Blokują więc, co się da. Byle blokować.

I do kogo tu mieć pretensję? Do tych, co nie wiedzą, jak grać, bo się tego nie nauczyli? Do tych, co nie wiedzą, kogo wybrać? Czy do tych, co nie wiedzą, po co zostali wybrani? Trudno się pogodzić z paradoksami, które przyniosły kapitalizm i demokracja. Ale na szczęście my też mamy wybór – nie musimy się z nimi godzić. Trzeba umieścić je w bilansie zysków i strat, i cierpliwie, bardzo cierpliwie czekać. Może inni też kiedyś otworzą drzwi... ■

Moskwa, największa i jedna z najbardziej oryginalnych metropolii Europy, nie pozwala traktować się z obojętnością. Raz zachwyca autentycznym pięknem i bogactwem, innym razem odpycha porażającą brzydotą i biedą. Jedno jest pewne – nie sposób się w niej nudzić, a wrażenia z podróży na długo zostają w pamięci.


BE&W

Moskiewski sen o potędze

Artur Stadnik

O stolicy Rosji krążą rozmaite opowieści. Często mają one posmak horroru, co skutecznie studzi zapał do odwiedzin. Opowieści te są jednak równie prawdziwe, co historyjki o Ameryce, rozpowszechniane w czasach PRL. Przypomnijmy sobie chociażby scenkę z trzeciej części trylogii o Kargulu i Pawlaku, kiedy to przerażeni bohaterowie wsłuchują się w odgłosy ulicznej strzelaniny. Na ulicach Moskwy na strzelaninę czy napad trafić równie trudno, co w Chicago czy w Nowym Jorku. Turysta, jak w każdej metropolii, powinien tylko unikać pewnych miejsc i swoim zachowaniem nie prowokować losu. Wtedy nic nie powinno zakłócać wędrówki po tym arcyciekawym mieście.

Podziemia z marmuru

Moskwę, mimo jej ogromu, zwiedza się łatwo. Całe miasto przecina gęsta sieć metra, połączeń trolejbusowych i autobusowych. Są też wszechobecne taksówki. Oprócz oficjalnych – na modłę nowojorską, pomalowanych często na żółto – po mieście kursuje mnóstwo prywatnych samochodów, które zatrzymują się na żądanie. Wystarczy stanąć na skraju ulicy i pomachać ręką. Cenę ustala się przed kursem. Takie „taksówki" są bezpieczne i oczywiście znacznie tańsze niż oficjalne. Należy tylko unikać pojazdów, w których kierowca ma już pasażera.

Atrakcją samą w sobie jest moskiewskie metro. Budowane z rozmachem, w czasach stalinowskich, bardzo różni się od ciasnych i skromnych kolejek podziemnych Londynu, Paryża czy Berlina. Podziemną Moskwę zdobi marmur, porcelana i kryształowe kandelabry. Motywy zdobnicze nobilitują żołnierzy, robotników, rolników. Mimo to, moskiewskie metro nie jest bynajmniej skansenem kiczu. W latach 30., 40. i 50. stacje projektowali świetni architekci. Również wykonawstwo jest na wysokim poziomie.


BE&W

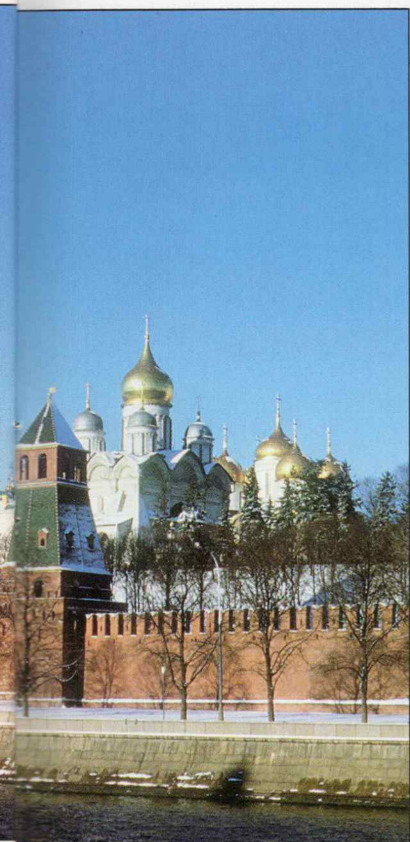
Żeby sprawdzić prawdziwość tych słów, najlepiej odbyć przejażdżkę linią okrężną (kalcewaja linja) lub innymi liniami w granicach rozległego śródmieścia. Stację Mendelejewskaja zdobią podświetlone witraże z motywami bujnych kwiatów i rozradowanych rolników, robotników i artystów. Na stacji Biełoruskaja ludzie pracy zostali uwiecznieni na mozaikach, pokrywających sufit stacji. Taganskaja to domena bohaterów wojennych, których utrwalono na płaskorzeźbach. Na Barrikadnaj czerwone płaskorzeźby upamiętniają rewolucje z 1905 i 1917 r. Wnętrze stacji Płoszczad' Rewolucji słynie z posągów z brązu, które przedstawiają obywateli-bóstwa, symbolizujące rozmaite profesje. Jest tam Robotnik, Uczony, Inżynier, Nauczyciel, Sportowiec. Puszkinskaja i Prospekt Mira wyróżniają się umiarem i elegancją. Pierwszą zdobią popiersia Puszkina i motywy literackie, drugą – płaskorzeźby z białej porcelany ze złotymi elementami. Najpiękniejsza jest bodaj Majakowskaja z marmurowo-stalowym holem głównym.

Metro jest doskonale oznakowane i czyste. Nie widać bazgrołów na ścianach. Poza godzinami porannego i popołudniowego szczytu, podróż nim należy do przyjemności. Można bez obaw wysiąść na dowolnej stacji, obejrzeć ją i wsiąść do następnego pociągu. Ten nadjedzie nie później niż po 5. minutach. W przeciwieństwie do Londynu, w Moskwie prawie nie zdarzają się zmiany tras, monstrualne opóźnienia czy wstrzymanie ruchu.

Za murami Kremla

Bramą do nowej Rosji jest stacja metra Ochotnyj Riad. Stanowi ona część ogromnego, podziemnego kompleksu handlowego, usytuowanego w pobliżu Kremla. Swoje butiki mają tam projektanci, znani z Fashion TV i najlepsi światowi jubilerzy. Szum fontann miesza się z gwarem tłumu. Goście z prowincji i z zagranicy przecierają oczy ze zdumienia, a Moskwianie prężą się z dumy. O to właśnie chodziło pomysłodawcom kompleksu – merowi Łużkowowi i jego nadwornemu architektowi – Ceretelemu. Panowie starają się, jak mogą podnieść rangę stolicy. Chwała za intencje, nagana za efekty. Kuriozalny pomnik Piotra Wielkiego, czy pretensjonalne gmaszysko soboru Chrystusa Zbawiciela, urody miastu na pewno nie dodają.

Ochotnyj Riad znajduje się tuż obok Kremla. Wystarczy przejść przez Ogród Aleksan-



drowski do wieży Kutafja. Tam trzeba zostawić bagaż, a następnie ustawić się w kolejce do wykrywacza metalu. Kreml to przecież nie tylko zabytki, ale i rezydencja prezydenta Rosji. Droga prowadzi przez basztę Trójcy Świętej. Tuż za nią, po prawej stronie, straszy Pałac Zjazdów z lat 60. i jest to jedyny zgrzyt podczas wycieczki. Za rogiem Pałacu Patriarszego otwiera się widok na niezwykłej urody zespół cerkiewny. Tworzą go: Sobór Zaśnięcia Matki Bożej (Uspien-skij Sobor) – zwieńczony złotymi kopułami, strzelista dzwonnica Iwana Wielkiego, Sobór Michała Archanioła i Sobór Zwiastowania, kryjący przepiękne ikony Teofana Greka. Na obrzeżach placu natknąć się można na dwie osobliwości – carski dzwon, który nigdy nie zadzwonił i carską armatę, która nigdy nie wystrzeliła. Car-kołokoł jest największym dzwonem na świecie i waży 202 tony. Car-puszka waży 40 ton i ma kaliber 89 cm. Armata miała chyba odstraszać wroga, bo do strzelania się nie nadawała. Dzisiaj, oba te pomniki gigantomanii służą jako tło dla pamiątkowych fotografii.

Dawnej Rosji czar

Położona obok Kremla Krasnaja Płoszczad', najlepiej prezentuje się w zimowy wieczór. Pokryty śniegiem plac zamyka czworobok podświetlonych murów Kremla, GUM-u, Muzeum Historycznego i bajkowego soboru Wasyla Błogosławionego. Zbudowany pod koniec XIX w. Państwowy Dom Towarowy (GUM) jest w istocie pierwowzorem współ-czesnych centrów handlowych. Ma trzy wewnętrzne „ulice" i trzy kondygnacje pełne sklepów, barów i restauracji w stylowych wnętrzach. GUM tętni życiem, w przeciwieństwie do sterylnego kompleksu Ochotnyj Riad.

Za GUM-em ciągnie się Kitaj-Gorod, dawna dzielnica kupiecka i jeden z najstarszych kwartałów Moskwy. Przy wąskich uliczkach wznoszą się piękne kamienice i pałacyki, dzisiaj często przekształcane w biur przez bogatych najemców. Zagęszczenie interesujących obiektów w tej niewielkiej dzielnicy jest spore – Stary Pałac Angielski, Stary Dwór Kupiecki, Stara Drukarnia i 8 kolorowych cerkwi z XVII i XVIII w. Można odnieść wrażenie, że przenieśliśmy się do przedrewolucyjnej Rosji.

Podobny nastrój panuje w zachodniej części śródmieścia, na Starym Arbacie. Za popularnym deptakiem wkracza się w sieć spokojnych uliczek z dawnymi rezydencjami szlachty i artystów. Tutaj mieszkał Aleksander Puszkin, tutaj rozgrywały się wątki „Wojny i pokoju" Lwa Tołstoja.





Renesans kultury

Prawdziwą dumą Moskwy są jej przybytki sztuki – muzea i teatry. Najbogatsze zbiory sztuki rodzimej i europejskiej znajdują się w Muzeum im. Puszkina i Galerii Trietiakowskiej. Eksponaty w większości pochodzą ze zbiorów prywatnych. Wyjątek stanowi kolekcja 60. obrazów Degasa, El Greco, Goyi, Renoira i Tintoretto, które do Muzeum im. Puszkina przywieziono potajemnie ze zdobytego Berlina. Jednak i bez nich zbiory malarstwa są bardzo bogate. Na ścianach wiszą obrazy Cezanne'a, Moneta, van Gogha, Gauguina, Rembrandta i Renoira. Z kolei w Nowej Galerii Tretiakowskiej zgromadzono dzieła Chagalla, Malewicza, Kandinsky'ego i innych XX-wiecznych twórców rosyjskich. Państwowa Galeria Trietiakowska słynie ze wspaniałej kolekcji średniowiecznych ikon i rosyjskiego malarstwa przedrewolucyjnego. Po przekroczeniu bram tych muzeów nikt nie żałuje czasu odstanego w kolejce po bilet.

Nie ma lepszego sposobu na spędzanie zimowych wieczorów w Moskwie, jak wizyta w Łaźniach Sandunowskich lub w którymś ze słynnych teatrów. W łaźni można się wygrzać w gorącej parze, wykąpać w basenie z rzymskimi kolumnami, po czym spożyć ucztę w wykwintnym gabinecie.

„Przybytki sztuki wysokiej" dostarczają nie mniejszych, choć zgoła odmiennych, przyjemności. Dość powiedzieć, że Teatr Bolszoj ma najlepsze zespoły operowe i baletowe na świecie. Równie wysoko mierzą orkiestry symfoniczne i teatry dramatyczne – MCHaT im. Czechowa, Lienkom, Satirikon, Teatr im. Majakowskiego czy Moskiewski Teatr Młodego Widza. Żeby się zachwycić, nie trzeba znać rosyjskiego. Rosjanie uwielbiają operę, muzykę klasyczną i teatr. Mimo narzekań na ciężkie czasy, co roku otwiera się nowe teatry, organizuje festiwale i przeglądy.

Stolica Rosji jest miastem niezwykłym, co w pełni można ocenić dopiero podczas wizyty. Warto więc pozbyć się uprzedzeń i przyjechać tutaj choćby na kilka dni.

Ustawiony skromnie, nieco z dala od stołów, bufet. Na nim piętrzą się dekoracyjnie przybrane, zimne i gorące dania. „Szwedzki stół'', to sposób serwowania potraw znany na całym świecie. Niezwykle rzadko goszczą na nim jednak potrawy, wywodzące się ze Szwecji.



BE&W

SZWEDZKI STÓŁ

Agnieszka Guzek

Szwedzka kuchnia nie podbiła świata. Trudno byłoby ją nazwać wykwintną. Jest raczej niewyszukana, lecz bardzo praktyczna i smaczna. Surowe warunki klimatyczne nie sprzyjają w Szwecji uprawie roślin. Dlatego przepisy są tam dość proste i opierają się na niewielu składnikach. Bogactwo smaków szwedzkich potraw, wydobywają kompozycje przypraw. Koperek, nać pietruszki oraz anchois i kapary, to dodatki do dań, których nie może zabraknąć w szwedzkiej kuchni. Nie może zabraknąć również cukru. Dodaje się go do chleba, pasztetów, zup, a nawet do marynowanych śledzi. Zwyczaj obfitego posypywania cukrem potraw wywodzi się z XIX w. Był on wówczas bardzo drogi i jego obecność w jadłospisie, podkreślała zamożność i status społeczny. Obok cukru, króluje w Szwecji mleko. Dodaje się je do potraw zapiekanych, duszonych i gotowanych. Jest również częstym składnikiem bardzo zawiesistych zup. Mleko pije się niemal do każdego posiłku, i to zazwyczaj zimne i nie przegotowane.

Na słodko

Kuchnia szwedzka słynie z ryb. Na pierwszym miejscu są oczywiście śledzie – często podawane na słodko. Tradycyjną, szwedzką potrawą jest marynowany śledź, czyli filet przygotowany w niezwykle aromatycznej, korzennej zalewie. Słynne są także śledzie w sosie śliwkowym. Zadowolą one podniebienie niejednego smakosza, podobnie jak sałatka śledziowa z dodatkiem jabłek, buraków i cebuli. Śledzi zatem na szwedzkim stole zabraknąć nie może. Potrawom z nich przyrządzanych – zarówno ze świeżych, jak i solonych – towarzyszą rozmaite sosy: winny, musztardowy lub słodki sos curry.

Bardzo cenione jest również mięso makreli, którego smak wzbogaca się składnikami kontrastującymi, na przykład sosem jogurtowym. Często jada się również dorsza, piklinga oraz owoce morza. Potrawa z dorsza moczonego w solance jest tradycyjnym daniem Świąt Bożego Narodzenia. Przyrządzenie tej potrawy wymaga wielu zabiegów. Najpierw suszonego dorsza moczy się, co najmniej przez dwa tygodnie, w specjalnie przygotowanej zalewie i dopiero potem piecze się go na blasze z dodatkiem masła. Dorsza serwuje się zwykle z białym sosem, skomponowanym z musztardy, roztopionego masła i grubo zmielonego pieprzu oraz zielonym groszkiem. Inną narodową potrawą Szwedów jest Janssons frestelse (Pokusa Janssona) – zapiekanka z ziemniaków, cebuli, anchois i śmietany.

Obok ryb, na szwedzkim stole często goszczą potrawy z wieprzowiny, baraniny i cielęciny. Dość typową potrawą są kulki z mielonego mięsa wołowego z dodatkiem sosu żurawinowego i kilku rodzajów śledzi. Na brak potraw mięsnych nie można się więc uskarżać. Kuchnia szwedzka jest sycąca i wysokokaloryczna. Nie oznacza to, że warzywa są pomijane w codziennym jadłospisie. Wręcz przeciwnie, niemal wszystkim posiłkom towarzyszą rozmaite kompozycje surówek. Obowiązkowe są również desery, wszak Szwedzi lubują się w słodkościach. Godne polecenia są różnego rodzaju pierniczki, kulki z masy migdałowej w czekoladzie, suszone śliwki oraz suflety, które przyrządza się najczęściej z agrestu, porzeczek, borówek lub jeżyn. ■

POKUSA JANSSONA

Składniki:
2 duże cebule
1 kg ziemniaków
2 puszki anchois
2 dl śmietany kremówki
1 dl mleka
1-2 łyżki masła
1 łyżka bułki tartej
1-2 łyżki oleju

Żaroodporną formę należy wysmarować masłem. Cebulę pokroić na cienkie plastry i przez około 10 min. podsmażać na oleju, na małym ogniu. Ziemniaki pokroić „na zapałki". Ziemniaki, cebulę i anchois układać warstwami w naczyniu, tak, żeby na spodzie i na wierzchu były ziemniaki. Całość należy zalać 1 dl śmietany, a na górze ułożyć kawałki masła i posypać tartą bułką. Tak przygotowaną zapiekankę, należy piec przez 30 min. w temperaturze 220°. Po tym czasie, zapiekankę zalać resztą śmietany i trzymać w piekarniku jeszcze przez 15 min.

SAŁATKA SZWEDZKA

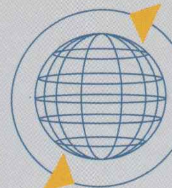
Składniki:
12 dag krewetek w zalewie,
2 plastry ananasa
20 dag kukurydzy z puszki
czerwona papryka
żółta papryka
4 liście zielonej, karbowanej sałaty
duża cytryna
1/2 łyżeczki curry

Papryki umyć i pokroić w drobną kostkę. Ananasa pokroić w nieduże kawałki, krewetki odsączyć z zalewy. Wszystkie składniki należy dobrze wymieszać, dodać kukurydzę oraz majonez i curry. Sałatkę podaje się na liściach sałaty i dekoruje cząstkami cytryny.

ŚLEDŹ W MUSZTARDZIE

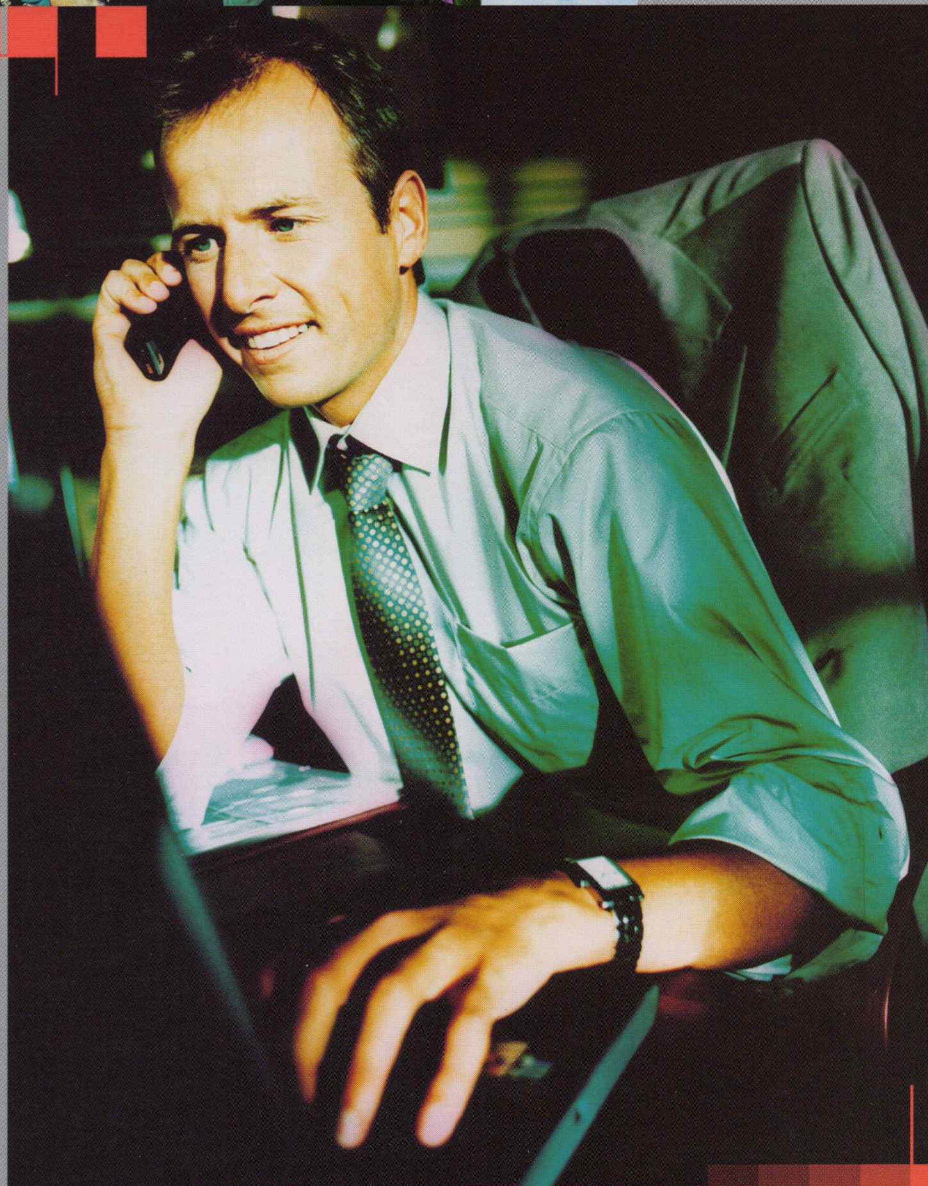
Składniki:
4-6 wymoczonych filetów śledzia solonego
4-5 łyżek słodkiej musztardy
łyżka cukru
łyżka ostrej musztardy
łyżka oleju
łyżka majonezu
łyżka wody
pieprz do smaku

Filety pokroić na dwucentymetrowe paski. Cukier i musztardę należy wymieszać i powoli wlać olej, ciągle mieszając. Następnie należy dodać pozostałe składniki. Polać śledzie przygotowaną zalewą i odstawić co najmniej na dwa dni.



globalny zasięg





Miejsce: **SOPOT,** Czas: **11:36 czasu lokalnego,**
Transakcja: **SFINALIZOWANA**

Zasięg wszędzie tam, gdzie prowadzisz interesy

Idea Meritum obejmuje zasięgiem 97% ludności Polski oraz, dzięki 213 partnerom roamingowym, 95 krajów na całym świecie. Wszędzie tam masz zasięg. Wszędzie tam możesz prowadzić interesy. Idea Meritum jest stworzona właśnie dla Ciebie.

Idea Meritum. Stworzona dla ludzi biznesu.

Oferta Idea Meritum dostępna jest we wszystkich punktach sprzedaży sieci Idea.
Informacja Handlowa Idea Meritum: **0 801 100 501.** Koszt połączenia: 1 jednostka taryfikacyjna wg cennika TP S.A.

www.idea.pl

IDEA
MERITUM

Dziś wolę mówić

Mamy przyjazne
ceny – abonament
już od 29,99 zł
cena netto

IDEA
optima
Dostrajamy się do Twoich potrzeb